

POS-MAIL

März 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

<http://www.pos-mail.de>

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING



Der erste Fernseher der Welt, der Welten verbindet.

Loewe Connect: ein HDTV-Gerät, so multimediale wie ein Computer. Hier können Sie nicht nur Ihre Digitalkamera oder Ihren MP3-Player anschließen, sondern auch per LAN oder W-LAN auf Ihren PC zugreifen. Entdecken Sie, was im Zeitalter vernetzter Unterhaltung alles möglich wird. Bei Ihrem Loewe Fachhändler oder auf www.loewe.de

LOEWE.

Nokia: 35 Millionen Geräte mit Navigationsfunktion in 2008

Mobile Freiheit für das Internet



Mobiltelefone entwickeln sich immer mehr zu portablen Mini-computern und verbinden die Vorteile von Handys mit denen des Internets. Standortbasierte Dienste und Multimedia-Funktionen erweitern das Einsatzgebiet der Geräte und lösen das Internet physikalisch von stationären Computern. Nokia bringt in diesem Jahr eine Reihe konvergenter Geräte mit neuen Multimedia-Funktionen auf den Markt und erweitert gleichzeitig das Angebot an Internetdiensten unter der Marke „Ovi“.

Bereits im vergangenen Jahr haben die Finnen erkannt, dass sich das reine Geschäft mit der Hardware überholt. Die Anwender erwarten zunehmend rund um „ihr“ Mobiltelefon erweiterte Dienstleistungen sowie Serviceangebote. Entsprechend hat Nokia im Herbst 2007 mit Ovi (finnisch für „Tür“) ein Angebot an mobilen Online-services ins Leben gerufen und etabliert sich als erster Mobilfunkhersteller auch als Diensteanbieter. Dass die Finnen mit dieser Entscheidung richtig liegen, zei-

gen die jüngsten Untersuchungen des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom). So gab es zum Jahreswechsel erstmals mehr als 10 Millionen UMTS-Anschlüsse in Deutschland. In diesem Jahr soll die Zahl um 60 Prozent auf fast 16 Millionen steigen. Jeder zweite Mobilfunkanschluss, der im Jahr 2008 zusätzlich geschaltet wird, nutzt den breitbandigen UMTS-Standard. Mit mobilem Internet-Surfen oder E-Mails machen die Netz-

betreiber derzeit über 11 Prozent des Umsatzes. Im Jahresverlauf soll der Anteil auf 14 Prozent steigen, 2006 lag er noch bei 8 Prozent. UMTS wird damit zum Treiber in der gesamten Mobilkommunikation. Derzeit gibt es in Deutschland zirka 97 Millionen Handyanschlüsse, die im Laufe dieses Jahres auf 107 Millionen steigen sollen.

Dienste gewinnen an Bedeutung

Gerade standortbasierte Dienste wie Karten- und Navigationssysteme werden aus der Sicht von Nokia künftig eine zentrale Rolle bei der weiteren Entwicklung mobiler Geräte spielen. Genau für diese Anwendungen hat das Unternehmen jetzt eine Reihe neuer konvergenter Geräte und Dienste vorgestellt. Ob Fußgängernaviga-

tion oder die Kennzeichnung von Fotos mit Informationen zum Aufnahmeort (Geotagging), ob Videofunktion oder die Möglichkeit zum Austausch von Fotos und Videos – die neuen Nokia Geräte bieten alles, was man von modernen Mobiltelefonen heute erwarten kann.

„Indem wir das Internet immer stärker von den räumlichen Einschränkungen des Desktop-Computers befreien, schaffen wir völlig neue mobile Möglichkeiten“, so Olli-Pekka Kallasvuo, Chief Executive Officer von Nokia. „Im Grunde genommen erfinden wir das Internet gerade neu, denn wir machen es kontextbezogen und persönlicher. Durch den Kontext wird das Internet zu einem Medium für sehr unmittelbare und persönliche Erfahrungen.“ Mit mehreren neuen Geräten und Diensten werden genau diese Forderungen

Hisense
powered by
quadral

Hisense
powered by
quadral

Hisense
powered by
quadral

Hisense
powered by
quadral

DAEWOO
ELECTRONICS
MCC
FIM
DIE NEUE G1-SERIE VON DAEWOO:
DLT-42G1 FH (MGDI plus Full HD-Technologie)
DLT-37G1
DLT-32G1
www.daewoo-electronics.com

Eine Scheibe für HD

Toshiba will die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von HD DVD-Playern und Rekordern einstellen. Mit dieser Maßnahme, die kurz vor Andruck dieser PoS-MAIL-Ausgabe bekannt gegeben wurde, stellt sich der Elektronik-Riese auf den Markt ein, auf dem sich in den letzten Wochen die Ereignisse überschlagen hatten. Wie schon oft in der Vergangenheit haben am Ende nicht die Kunden, sondern die Software-Produzenten entschieden, welcher technische Standard sich durchsetzt: Nachdem sich fünf der sieben großen Filmstudios in den USA auf die Blu-ray-Disc konzentrieren wollten und die führenden amerikanischen Einzelhändler Wal Mart und Best Buy auch noch den Vertrieb der HD DVD ablehnten, war die Sache gelaufen.



Toshiba hat dankenswerterweise jetzt schnell Klarheit geschaffen – und damit einen wichtigen Schritt getan, die Verunsicherung der Verbraucher und des Fachhandels zu beenden. Denn die hat sich bereits als Umsatzbremse im HD-Geschäft erwiesen: Seit Einführung des Blu-ray-Formates im Jahr 2003 wurden laut GfK zwar in Europa 3,5 Mio. Geräte verkauft, davon waren aber 3,2 Mio. vom Typ „Playstation 3“. Die Zahl der weltweit verkauften HD DVD-Geräte gibt Toshiba mit einer Million an; das ist angesichts der faszinierenden Technik und hohen Qualität eigentlich ein Witz, zumal in dieser Zahl auch noch die in die Microsoft Xbox 360 eingebauten Player enthalten sind.

Die rasant wachsende Zahl von HD-ready- und Full-HD-Fernsehern vergrößert die Zielgruppe für HD-fähige Spieler und Rekorder – also ab sofort Blu-ray-Geräte – sozusagen täglich. Für den High-Tech-Fachhandel ist wichtig, den Kunden jetzt die neue Sicherheit zu erklären und ihnen attraktive Angebote zu machen – am besten für Hard- und Software, denn die Fernsehsender sind ja beim HD-Thema immer noch zurückhaltend.

Toshiba hat nach der Entscheidung dankenswerterweise signalisiert, den Fachhandel in Sachen HD DVD nicht im Stich zu lassen: „Sollte ein Händler Probleme beim Abverkauf haben, wird Toshiba ihn finanziell unterstützen oder seine HD DVD-Player zurücknehmen“, erklärte dazu Produktmanager Frank Eschholz. Auch der Service für die bereits verkauften Produkte ist gewährleistet. Wenn jetzt noch zufriedenstellende Antworten auf die Fragen der Kunden, die bereits einen HD DVD-Spieler besitzen, nach der Zukunftsfähigkeit ihrer Geräte gefunden werden, steht einer weiteren positiven Entwicklung des Marktes für HD-Spieler nichts im Weg.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

erfüllt. Im Zentrum der Neuankündigungen stehen zum einen das neue Flaggschiff Nokia N96, das N78 sowie das 6220 classic und das 6210 Navigator. Alle Geräte verbinden die Welt der Musik, der Navigation und der Fotografie mit den Vorteilen der Mobilität. Genutzt werden dafür die neuen Nokia Dienste wie der Nokia Music Store, Nokia Maps oder N-Gage. Dazu ist das Gerät mit einem integrierten GPS-Empfänger mit Unterstützung für A-GPS inklusive einem kostenlosen Zugang zu Nokia Maps, WLAN, Highspeed-Verbindungen via HSDPA, einer 3,2-Megapixel-Kamera mit Optik von Carl Zeiss und Unterstützung für bis zu 8 GByte große microSD-Speicherkarten zum Speichern von Musik und Medien ausgestattet.

Unterhaltung auf dem Nokia N96

Der Nokia N96 Multimedia-Computer verfügt sowohl über ein extra großes Display als auch einen 16 GByte großen internen Speicher und ermöglicht das Abspielen qualitativ hochwertiger Videos in unterschiedlichen Formaten. „Durch das Internet spielen Videos und Fernsehen im Leben der Menschen eine immer größere Rolle. Mit seinem großen, hellen Display und einer Vielzahl von Highspeed-Verbindungsmöglichkeiten sowie dem erweiterten Nokia Video Center ist das neue Nokia N96 ein persönliches Fenster zu einer Welt voller Unterhaltung“, erklärt Jonas Geust, verantwortlich für die Nokia Kategorie Explore.

Der Zugriff auf Videos im Internet erfolgt schnell und einfach. Das Nokia N96 unterstützt gängige Videoformate wie MPEG-4, Windows Media Video und Flash Video, so dass sein Besitzer seine Lieblingsvideos überall anschauen kann. Das Gerät bietet zudem einen DVB-H-Tuner, um mobiles Fernsehen zu empfangen. Damit ist das Gerät gerüstet für den Handy-TV Start in Deutschland, der im Sommer erfolgen soll. Orientierung liefert dabei ein sich ständig aktualisierender elektronischer Programmführer.

Der 16 GByte große Speicher bietet Platz für bis zu 40 Stunden an Videoinhalten. Mit microSD-Speicherkarten lässt sich der Speicherplatz des Nokia N96 sogar noch zusätzlich erweitern. So erhöht die neue 8 GByte große Nokia microSDHC-Speicherkarte MU-43 die Gesamtspeicherkapazität des Multimedia-Computers auf insgesamt 24 GByte. Für zusätzlichen Komfort sorgt ein ausklappbarer Ständer auf der Rück-

seite des Multimedia Computers, mit dessen Hilfe Videos und Filme ganz bequem angeschaut werden können, ohne das Gerät in der Hand halten zu müssen.

über WLAN oder HSDPA das spontane Hochladen von Fotos direkt vom mobilen Gerät aus – ganz ohne PC. Fotos von einem Konzert, einer Urlaubsreise oder



Der neue Multimedia-Computer Nokia N96 ist speziell für die Nutzung von Videos und mobilem Fernsehen optimiert worden. Er ist mit einem extra großen Display sowie einem 16 GByte großen internen Speicher ausgestattet. Für ein entspanntes Entertainment-Vergnügen sorgt der Aufstellbügel.

Über das Nokia Video Center lässt sich eine Vielzahl unterschiedlicher mobiler Inhalte entdecken und nutzen. Das Angebot reicht von Film-Trailern und Comedy-Shows bis hin zu aktuellen Nachrichten weltweit führender Inhalteanbieter wie YouTube, Reuters und Sony Pictures. Der Katalog der Internetvideo-Newsfeeds wird kontinuierlich erweitert und um regionale und länderspezifische Inhalte ergänzt.

Eine 5-Megapixel-Kamera mit Optik von Carl Zeiss, Blitzlicht und Videolampe rundet das Angebot des Nokia N96 ab. Die Kamera ermöglicht Videoaufnahmen mit 30 Frames pro Sekunde, deren Qualität sich mit der von DVDs vergleichen lässt.

Geotagging immer beliebter

Dank der rasanten Fortschritte in der Entwicklung digitaler Technologie machen Menschen immer mehr Fotos, die sie mit Freunden, der Familie oder anderen Menschen in Online-Communitys teilen. Die Integration hochauflösender Kameras in Mobiltelefonen hat diesen Trend weiter verstärkt. Mittlerweile erlauben schnelle Übertragungsgeschwindigkeiten

einem Einkaufstrip lassen sich direkt mit anderen teilen, noch bevor das eigentliche Ereignis zu Ende ist. Dank des integrierten GPS-Empfängers mit Unterstützung für A-GPS ist mit den Nokia Geräten auch das zunehmend beliebte Geotagging möglich. Dazu versehen die Geräte Fotos automatisch mit Informationen zum jeweiligen Aufnahmestandort, der sich dann direkt auf einer Karte im Gerät oder über das Internet lokalisieren lässt. Via WLAN oder HSDPA sind Highspeed-Verbindungen zum Internet möglich, so dass sich Fotos und Videos im Handumdrehen mit nur einem Tastendruck in Online-Communitys wie Share on Ovi, Flickr oder YouTube hochladen lassen.

Neben den Funktionen der neuen Mobiltelefone gewinnen mobile Dienste zunehmend an Bedeutung. Den Schwerpunkt legt Nokia dabei neben Musik und Spielen auf Navigations-Dienste. Allein in diesem Jahr will das Unternehmen 35 Mio. Geräte mit GPS-Satellitenavigation verkaufen. Neu ist, dass Handynavigation auch Fußgängern etwas nutzt. So verfügt die neue Softwareversion Nokia Maps 2.0 über eine für Fußgänger bestimmte Navigationskomponente „Gehen“. Mit der Fußgän-



Beim Nokia N96 spielen neben Internet und mobiler Navigation Sound und Musik eine große Rolle. Für ein hochwertiges Musikerlebnis sorgen ein 3,5-mm-Anschluss für Standard-Kopfhörer und integrierte Lautsprecher mit Unterstützung für 3D-Sound. Natürlich lassen sich auch In-Ohr-Systeme anschließen.

avigation wird der Suchende über visuelle Richtungsanweisungen sicher von einem Punkt zum anderen geleitet. Anhand von Informationen zu Gebäuden, Straßen und Parkanlagen (einschließlich der Wege im Park) hilft der Navigationsdienst bei der Orientierung.

In der Fremde wie zu Hause

„Wir geben dem Fußgänger mit Nokia Maps 2.0 die Möglichkeit, sich beim Entdecken einer neuen Umgebung wie ein Einheimischer zu fühlen“, so Michael Halbherr, Vice President, Nokia Location-Based Services. „Dank der Verbindung des integrierten Kompasses des Nokia 6210 Navigator mit der Geschwindigkeit und Präzision von A-GPS liefert das mobile System ein sehr genaues Ergebnis.“

Doch auch wenn das verwendete Mobiltelefon über kein eingebautes GPS verfügt, kann auch ein externes GPS-Modul in Verbindung mit einem kompatiblen Gerät verwendet werden. In Form einer gebührenpflichtigen Option bietet Nokia Maps 2.0 darüber

hinaus Echtzeit-Verkehrsinformationen und eine dynamische Routen-Neuberechnung in 18 europäischen Ländern. Mit Vektorkarten von TeleAtlas und Navteq verfügt Nokia Maps über ein Kartenangebot, das mehr als 200 Länder abdeckt. Über 70 dieser Karten sind navigierbar.

Die Software beinhaltet lokale Symbole für 17 Städte und führt den Anwender beispielsweise zum nächsten Bahnhof, um von dort mit der U-Bahn weiterzufahren. Unterwegs kann man sich per Hybrid-Satellitenansicht neue Ziele anschauen oder einen Multimedia-Stadtführer von Anbietern wie Berlitz erwerben. In Verbindung mit der Navigations-Suchfunktion kommt Nokia so seinem Ziel, kontextbezogene Internetdienste anzubieten, ein großes Stück näher. Neben den neuen Geräten wird auch die Marke Ovi weiter ausgebaut. Die jüngste Weiterentwicklung ist der kostenlose Dienst „Share on Ovi“. Er ermöglicht das einfache Hochladen, Verwalten und Weitergeben von Inhalten über ein mobiles Gerät, einen Desktop-Computer oder ein anderes Gerät mit Internetverbindung. www.nokia.de

Hisense

powered by **quadral**



2 x Bild in Bild • 2 x HDMI (HDCP) • VGA Eingang seitlich • Low Power/Stand by

Die Zukunftsmarke des Fachhandels

Hisense bietet ein breites Programm aus 5 verschiedenen Designlinien, das zur Saison um weitere 4 Modellreihen erweitert wird und dann aus mehr als 50 Modellen mit unterschiedlichen Spezifikationen und Funktionen besteht.

quadral GmbH & Co. KG
 Am Herrenhäuser Bahnhof 26-28
 30419 Hannover
info@quadral.com

Wir begrüßen unsere EP-Fachhändler auf der EP-Messe in Düsseldorf

POS-MAIL INHALT

Mobile World Congress in Barcelona ... 6



Auerswald produziert wieder in Deutschland ... 9

freenet/mobilcom blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2007 ... 11

Internationales Presse-Kolloquium der Telekom ... 12

Bury stellt die CC 9060 vor ... 15

Guide + Play GPS-810 von Harman Kardon ... 16

CeBIT ... 17

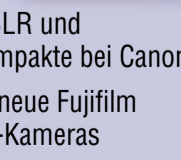
Samsung Serie 6 – ein Spiel mit Licht und Farben ... 18

Philips: Botschafter einer neuen Design-Kollektion ... 22

Metz: 70 Jahre spitze ... 25

Euronics: Die Zukunft liegt in der Internationalität ... 25

Die Sony Foto-Offensive ... 26



Eine DSLR und vier Kompakte bei Canon ... 28

Sieben neue Fujifilm FinePix-Kameras ... 28

Neue Lumix-Modelle von Panasonic ... 29

beyerdynamic – Umsatzrekord in 2007 ... 29

Iqua – 100 Jahre Erfahrung im TK-Design ... 30

Toshiba unterstützt den Handel bei HD DVD-Playern ... 30

JVC tritt 2008 mit neuen Camcorder-Modellen an ... 32



Harman – Weltpremiere der neuen Design-Linie ... 33

Sony – Walkman wieder Referenz ... 34

Olympia – Heim-Netzwerke ohne Kabelverlegung ... 35

Microsoft-Design-Center schafft Produkt-Erlebnisse ... 37



Aktuell ... 4, 16, 36

TK-Nachrichten ... 10

Navigation ... 13, 14

Displays ... 19

Informationstechnologie ... 23, 36

Satellitentechnik ... 24

Unterhaltungselektronik ... 31

Games ... 38

Kleinanzeigen ... 39

No(?)sense ... 39

Impressum ... 39

Pos Aktuell

Samsung CE-Roadshow 2008

Produktneuheiten live erleben sowie Unterhaltungselektronik zum Anfassen und Ausprobieren bietet die Samsung Consumer Electronics Roadshow 2008 in sieben deutschen Großstädten. Unter dem Motto Designed to perform zeigt Samsung technologische Innovationen auf den verschiedenen Gebieten der modernen Unterhaltungselektronik. Natürlich sind auch die Highlights aus der Samsung-Digitalkamera-Familie mit auf Tour. Zu sehen sein werden sämtliche Modelle der Frühjahrskollektion, die in den letzten Wochen vorgestellt wurden.

Die Termine:

- 28.02. Berlin, Hotel Radisson SAS
- 03.03. Düsseldorf, Hotel InterContinental
- 07.03. Stuttgart, Hotel Le Méridien
- 10.03. Frankfurt am Main, Hotel Radisson SAS
- 12.03. Dresden, Steigenberger Hotel de Saxe
- 14.03. München, Hotel Bayerischer Hof

www.samsung.de

Neuer Geschäftsführer Denon Deutschland

Denon verstärkt sein Managementteam für den deutschen Markt. Gunter Kürten hat am 31. Januar 2008 die neu geschaffene Position des Geschäftsführers Denon Deutschland eingenommen.



Das Unternehmen baut damit seine Geschäftsaktivitäten weiter aus, um die ehrgeizigen Wachstumsziele im wichtigsten Markt Europa zu erreichen.

www.denon.de

Verstärkung für den Epson-Vertrieb

Dominik Manka (28) ist neuer Key Account Manager Retail & E-Commerce bei Epson Deutschland.



Manka verfügt über umfangreiche Vertriebserfahrungen. Er war seit 2001 bei der Ingram Micro Distribution GmbH tätig und dort zuletzt als Senior Account Manager Retail für die zentrale Großkundenbetreuung zuständig. Manka berichtet direkt an Christian Liedtke, Epson Manager Retail & E-Commerce, und ist zusammen mit seinen weiteren Key-Account Kollegen zuständig für die Betreuung der Retailkunden in Deutschland.

www.epson.de

Serviceoffensive bei Kabel Deutschland

Kabel Deutschland (KDG) bietet seit dem 4. Februar 2008 unter dem

Namen Komplettservice ein neues „Rundum-Sorglos-Paket“ für die Internet- und Telefonkunden an. Durch diese Serviceoffensive gestaltet der Triple-Play-Anbieter seine Internet- und Telefonprodukte noch attraktiver und kundenfreundlicher. Damit hebt sich Kabel Deutschland durch mehr Kundenservice vom übrigen Wettbewerb ab. Die bislang standardmäßige, kostenlose Installation der Internet- und Telefonangebote beim Kunden zu Hause bleibt erhalten. Kabel Deutschland kümmert sich weiterhin um die Abmeldung des bisherigen Telefonanschlusses, wenn die Rufnummer beibehalten wird. Das Kabelmodem inklusive Telefonadapter wird dem Kunden während der Vertragslaufzeit unentgeltlich zur Verfügung gestellt.

www.kabeldeutschland.com

Toshiba ohne Bernd Schneider

Bernd Schneider (64), Vertriebsdirektor B2B des Geschäftsbereichs Computersysteme Deutschland/Österreich, hat die Toshiba Europe GmbH Ende Januar verlassen. Nachdem er über 24 Jahre für Toshiba tätig war, möchte er nun beruflich etwas kürzer treten. Er wird dem Geschäftsbereich aber weiterhin beratend zur Verfügung stehen. Die Position des Vertriebsdirektors B2B ist derzeit vakant und wird kurzfristig neu besetzt werden.



www.toshiba.de

Veränderungen im Vorstand der Loewe AG

Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG, scheidet nach über 25jähriger Geschäftstätigkeit auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand der Loewe AG aus. Er war bei Loewe von 1982 bis 1990 verantwortlich für die Ressorts Finanzen und Verwaltung, ab 1990 Vorsitzender der Geschäftsführung und nach dem Börsengang 1999 Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG. Hecker wird sein Amt mit Ablauf der diesjährigen Hauptversammlung am 9. Juni 2008 niederlegen.



Dr. Rainer Hecker

Zum neuen Mitglied des Vorstands und designierten Vorsitzenden des Vorstands berief der Aufsichtsrat Dipl.-Ing. Frieder C. Löhner. Er wird bei Loewe zum 1. April 2008 die Bereiche Marketing und Vertrieb sowie mit Ablauf der diesjährigen Hauptversammlung am 9. Juni 2008 den Vorstandsvorsitz übernehmen. Die weitere Zusammensetzung des Vorstands bleibt mit Gerhard Schaas (CTO) und Oliver Seidl (CFO) unverändert.



Frieder C. Löhner

www.loewe.de

ALPINE
Mobile Media Solutions

Das erste Steuergerät speziell für den iPod!

iLounge.com
BEST OF SHOW 2007

PLUS X AWARD
ausgezeichnet für: Bedienungskomfort

EISA AWARD
Best Product 2007-2008
IN-CAR INNOVATION
Alpine iDA-X001

Mehr Infos unter www.alpine.de

LG komplettiert Führungsmannschaft

Mit Michael Maier, Stefan Tiefenthal und Helge Alter hat die LG Electronics Deutschland GmbH sämtliche vakante Spitzenpositionen neu besetzt und somit die Führungsmannschaft komplettiert. Seit Januar 2008 sind Michael Maier als neuer Sales Director für den Bereich Braune Ware und Stefan Tiefenthal als Nachfolger von Luc Graré als Director Information System Products (ISP) zuständig. Tiefenthal (44) stößt von Fujitsu Siemens zu LG. Dort verantwortete er zuletzt als Leiter den Bereich Channel Sales.



Stefan Tiefenthal

Michael Maier (36), zuletzt bei Kodak als Sales Director National der Consumer Digital Imaging Group tätig, möchte vordringlich die Sichtbarkeit der Marke LG innerhalb der CE-Handelslandschaft stärken. Luc Graré ist seit vergangenem Jahr als Commercial Director übergreifend für die Bereiche ISP, Braune und Weiße Ware sowie Klimageräte verantwortlich. Als neuer Director Mobile Communication wurde Helge Alter (37) verpflichtet. Helge Alter blickt auf 12 Jahre Erfahrung in der Telekommunikationsbranche zurück und war zuletzt als Vice President für das Tarif- und Hardwaregeschäft bei O₂ (Germany) verantwortlich.



Michael Maier

Ebenfalls neu an Bord ist seit Ende letzten Jahres Ulrich Strünck (34). Als Senior Manager Strategic Marketing verstärkt er das Marketing-Team des Weltkonzerns in Deutschland. Diese neu geschaffene Position steht ganz im Einklang mit der neuen Ausrichtung von LG, zu einer strategisch-orientierten Marketing Company zu werden.



Helge Alter



Ulrich Strünck

www.lge.de

Software-Update für Humax iCord HD

Ab sofort steht auf der Humax-Homepage ein Software-Update für den Multimedia-Receiver iCord HD zur Verfügung. Mit Hilfe dieses Updates erhöht sich die Leistungsfähigkeit erheblich. Neben kürzeren Umschaltzeiten bei einem Programmwechsel geht jetzt auch der Sendersuchlauf deutlich schneller vonstatten. Zusätzlich wurde die Benutzerführung verbessert.

Zur Installation muss das Update auf einen USB-Stick geladen werden, der an den über den Netzschalter ausgeschalteten Receiver angeschlossen wird. Während man die Record-Taste des Receivers gedrückt hält, wird das Gerät über den Netzschalter angeschaltet. Wenn der USB-Stick reagiert, kann die Record-Taste losgelassen werden. Die Software wird dann automatisch geladen.

Weitere Service-Updates folgen voraussichtlich noch im ersten Quartal 2008.

www.humax.de

Samsung punktet beim Verbraucher

Bei der Wahl der „Best Brands“ in Deutschland hat Samsung den fünften Platz der besten Wachstumsmarken erreicht. „Diese Auszeichnung zeigt, dass unsere Strategie, die Emotionalisierung der Markenwahrnehmung, beim Verbraucher ankommt. Wir freuen uns über unsere Platzierung. Vor allem freuen wir uns über die Wahrnehmung der Marke Samsung beim Verbraucher, denn bei der großen Produktvielfalt, die Samsung bietet, ist die Identifikation mit der Marke wichtig“, so Michael Kurpiers, Senior Manager Corporate Marketing, Samsung Electronics GmbH Deutschland.

www.samsung.de

Neue Maßstäbe bei der Ladengestaltung

Mit einer neuen Idee zur Ladengestaltung hat Euronics Herwig den Uslarer Innovationspreis erhalten. Unter dem Namen „etagezwei“ präsentiert das Elektrofachgeschäft eine sehenswerte Fachtagung für Unterhaltungselektronik. Besucher erwartet ein intelligentes Ladenkonzept komplett in Weiß, mit dem die Spezialisten LCD- und Plasma-TV-Geräte der neuesten Generation vorstellen. Besonderer Blickfang in den Geschäftsräumen ist unter anderem die Präsentation eines „Aurea“ von Philips. „Im Umkreis von 30 Kilometern sind wir derzeit die einzigen, die dieses Modell anbieten. Ein Blick in die Zukunft – zumindest, was die technische Entwicklung anbetrifft“, sagt Junior Sven Herwig. Der Innovationspreis wird seit 2005 an Unternehmen, Verbände oder Einrichtungen verliehen, die durch innovative Leistungen zum Wirtschaftsleben der Stadt beigetragen haben.

Ausruhen auf ihren Lobeerren wollen sich die Spezialisten jedoch nicht – im Gegenteil. „Verkaufen können viele – wirklich gut beraten nur wenige“, meint Herwig selbstbewusst. „etagezwei“ beinhaltet deshalb ein Gesamtkonzept, bei dem eine qualifizierte und individuelle Beratung im Mittelpunkt steht.

Gemeinsam soll im intensiven Gespräch mit den Kunden und Technikvorführungen vor Ort ein optimales Gerät gefunden werden. „Die Auszeichnung der Stadt zeigt uns auch, dass wir mit der Spezialisierung im gehobenen Produktsegment auf dem richtigen Weg sind“, erklärt der Inhaber Wilfried Herwig. Im Stammhaus der Firma Herwig hatte Herwig gemeinsam mit Tim Grimme vom Architekturbüro Steingräber die neue Etage für Angebote der modernen Unterhaltungselektronik geschaffen. Der Mut dieser Investition im Zentrum der Stadt Uslar, die Realisierung der Visionen

und die „Schaffung eines überregional bedeutenden Anziehungspunktes“ waren für die Jury des Uslarer Innovationspreises die entscheidenden Kriterien für die Vergabe des Preises. Kunden des Fachgeschäftes, das sich in Uslar immer mehr zum Besuchermagneten entwickelt, steht qualifiziertes Personal zur Verfügung, das bei allen Fragen rund um die Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Haustechnik und Computerbranche kompetent berät – ob Lieferung, Anschluss, Altgeräteentsorgung, Finanzierung oder Reparaturversicherung.

www.etagezwei.com





Everio

For Every You



Dein Look. Deine Farbe.



EVERIO G – Die neue Hard Disk Camcorder Serie

Der kleinste Festplatten Camcorder der Welt* liegt perfekt und leicht in der Hand – und das gleich in vier aufregenden Farben. Ganz neu: die berührungslose JVC Laser-Touch-Bedienung. Schnell, intuitiv und ohne lästige Fingerabdrücke auf dem Display zu hinterlassen. Einfach aufklappen und los geht's!

Weitere Highlights:

- Bis zu 5 Stunden Aufnahme auf bis zu 60 GB HDD bzw. microSD Karte*
- Docking Station mit DV-Ausgang*
- Inklusive Schnittsoftware
- HD Everio SHARE STATION (optional) im Super-Slim-Design für direkte DVD-Erstellung, Wiedergabe und Archivierung

Offizieller Camcorder
der UEFA EURO 2008™

www.jvcfootball.com

* Stand 10/2007, (1,8" HDD), Ausstattung abhängig vom Modell. Änderungen vorbehalten.

Treffpunkt Mobile World Congress in Barcelona

Das Display wird wichtiger

Vier Tage lang hat Anfang Februar wieder die katalanische Millionenmetropole Barcelona im Blickpunkt der internationalen Mobilfunkwelt gestanden: Auf dem Mobile World Congress traf sich vom 11. bis zum 14. Februar nahezu alles und jeder, was und wer in der Telekommunikationsbranche Rang und Namen hat, Gerätehersteller und Netzbetreiber ebenso wie Softwareschmieden und Systemintegratoren, Komponentenhersteller und Teilelieferanten, Service Provider und große Handelshäuser. Als reine B2B-Messe bestätigte der MWC damit einmal mehr seinen Anspruch als bedeutendste Telekommunikationsmesse der Welt.

Geht es für die Unternehmen in Barcelona vor allem darum, globale Entscheidungen dahingehend zu treffen, in welche Richtung der Mobilfunkzug zukünftig rollen soll, so werden auf der anderen Seite auch Neuheiten präsentiert, die für den Handel von direktem Interesse sind – unabhängig von der dahinterstehenden Technik und den Kooperationen, die die Nutzung von Mobilfunk und Handys überhaupt erst ermöglichen.

Viele neue Handys

Im Mittelpunkt stand hier erneut eine Vielzahl neuer Mobiltelefone, die von allen großen Herstellern entweder als Premiere auf der Messe oder bereits in der unmittelbaren Vorfeld präsentiert und in Barcelona gezeigt wurden. Als klarer Trend zeigte sich hier, dass Voice, also die reine Telefo-

nie, bei der Nutzung eines Handys zwar auch weiterhin den größten Anteil haben wird, dass aber symbolisch gesprochen die Bedeutung des Displays enorm steigen wird. Der, und auch das ist ein Trend, vor allem im mittleren und höheren Preisbereich immer größer und qualitativ hochwertiger werdende Bildschirm der Geräte dient zukünftig mehr als je zuvor dazu, dem Nutzer einen Mehrwert zu liefern.

Üppigere Ausstattung

Dieser besteht vor allem in der immer üppigeren Ausstattung, mit dem die Handys auf den Markt kommen. Umfassende Video-, Foto- und Musikfunktionen, erweiterte E-Mail- und Office-Dienste, die Einbeziehung von Navigation und vor allem der mobile Internetzugang, um nur



Vier Tage lang stand die Fira Barcelona Anfang Februar im Mittelpunkt des Interesses der internationalen Mobilfunkbranche.

die wichtigsten Ausstattungsmerkmale zu nennen, zeigen dabei nicht nur die rasant fortschreitende technische Entwicklung, sondern sorgen gleichermaßen für Umsatzplus bei den Netzbetreibern und zusätzliche Verkaufsargumente für den Point of Sale.

Ein weiterer interessanter Trend war bei den Displays der Geräte selbst zu entdecken. Hier geht die Tendenz in Richtung berührungsempfindlicher Oberflächen, über

die die einzelnen Menüpunkte aufgerufen werden können. Ein nach Meinung des Verfassers herausragendes Ausstattungsmerkmal hat hier Sony Ericsson mit dem neuen G900 präsentiert: Über das Touchscreen-Display lässt sich der Autofokusbereich im Kamerabetrieb schnell und präzise an jede beliebige Stelle innerhalb des gewählten Bildausschnittes posi-

Praxiseinsatz ebenso bewähren wird wie bei der Begutachtung des Demomodells durch PoS-MAIL auf dem Sony Ericsson-Stand in Barcelona.

Wie interessant die Entwicklung in Sachen konvergente Technologien (in diesem Fall steht der zuletzt sehr strapazierte Begriff tatsächlich richtig) immer noch für die Mobilfunk-Unternehmen

modu stellt Konzept für modulare Mobiltelefone vor

Mit einem vollkommen anderen Gerätekonzept als die etablierten Hersteller war modu auf dem Mobile World Congress vertreten. Das Anfang 2007 in Israel gegründete Unternehmen kündigte dort einen fundamentalen Wechsel in der Mobilfunk-Handgeräte-Branche an. Vorgestellt wurde das weltweit erste modulare Mobiltelefon. Es soll seinem Nutzer die Möglichkeit geben, nach Belieben die Form, Funktionen und Design seines Mobiltelefons zu verändern. Im Mittelpunkt des Systems steht modu, ein kleines, schlankes Mobiltelefon mit vollständigem Funktionsumfang und einfacher Bedienung. Es kann in eine breite Palette sogenannter modu jackets und modu mates eingesetzt werden. modu jackets sind elegante Telefongehäuse, modu mates elektronische Geräte, die zum modu Telefon kompatibel sind. Auf einfache und preiswerte Weise soll das modu-System damit nahezu grenzenlose Möglichkeiten eröffnen.



modu-Gründer Dov Moran erläuterte das hinter dem modu-System stehende Konzept: „Es gibt auf dem Markt Hunderte von Handgeräte-Modellen. Das Problem für Verbraucher besteht darin, dass sie immer nur eines gleichzeitig nutzen können und viele üblicherweise durch einen langen und teuren Vertrag gebunden sind. modu hält dieser Situation eine Lösung

entgegen, die jedem einzelnen Mobiltelefonierer die Freiheit und grenzenlose Möglichkeiten bietet, das Telefon immerfort zu wechseln, ohne ein Vermögen dafür auszugeben.“

Zu den modu-Partnern zählen auch etablierte Hersteller elektronischer Geräte, die zur Entwicklung von modu-Mates bereit sind, zum Beispiel von MP4-Abspielgeräten, Rahmen für Digitalfotos, Kameras und DECT-Telefonen. So wird es möglich, bestmögliche Funktionalität mit der Erfahrung von modu im Bereich privater Kommunikation zu verbinden. Einer der ersten dieser Partner ist Blaupunkt, ein führendes Unternehmen im Bereich Multimedia und Navigation für Automobile. Marken aus den Bereichen Lifestyle, Unterhaltung und Mode – einschließlich des Musikunternehmens Universal Music Group – sind ebenfalls Teil des modu-Ecosystems und arbeiten beim Entwurf eleganter und maßgeschneiderter modu-Jackets mit modu zusammen.

Verschiedene Mobilnetzbetreiber aus Italien, Russland und Israel mit mehreren Millionen Teilnehmern sind bereits Verpflichtungen mit modu eingegangen und haben strategische Partnerschaften unterzeichnet. Denen zufolge werden die ersten modu-Produkte in den jeweiligen Ländern im vierten Quartal 2008 lieferbar sein.



Das neue G900 von Sony Ericsson beeindruckte mit einem Touchscreen, über den sich auch die Autofokussfunktion steuern lässt.

tionieren. Dadurch kann die Scharfstellung erheblich schneller und genauer erfolgen, als dies beispielsweise über ein Bedienrad möglich wäre. So lässt sich zum Beispiel die Schärfenebene ganz bewusst in den Vorder-, Mittel- oder Hintergrund legen, und Motivinhalte, die sich außerhalb des gewöhnlich im Mittelbereich des Suchers/Displays platzierten Autofokusfeldes befinden, können ganz gezielt scharf in Szene gesetzt werden. Man darf gespannt sein, ob diese Funktion sich im

ist, hat sich in jüngster Zeit zum Beispiel darin gezeigt, dass Navigationsspezialist Garmin mit dem nüvifone den Schritt zum Handyproduzenten unternommen hat. Und dass dies vermutlich erfolgreich geschehen ist, bestätigt nicht nur das Gerät selbst, sondern auch das Interesse, das dem Garmin nüvifone in Barcelona von seiten der Besucher entgegengebracht wurde (siehe Kasten auf der übernächsten Seite). Es würde den in dieser Ausgabe zur Verfügung stehenden Raum

sprengen, alle für den deutschen Handel wichtigen Neuheiten vom Mobile World Congress vorzustellen. Deshalb listen wir auf den folgenden Seiten nur beispielhaft einige Modelle auf.

Neues von Nokia

Olli-Pekka Kallasvuo, President und CEO von Nokia, unterstrich auf dem Mobile World Congress die Vision seines Unternehmens, die Vorteile und Möglichkeiten des Internets für die Zusammenarbeit und die gemeinsame Nutzung von Inhalten zu verbinden. Dazu stellte Nokia eine Reihe neuer konvergenter Geräte und Dienste vor. Ob Fußgängernavigation oder die Kennzeichnung von Fotos mit Informationen zum Aufnahmestandort (Geotagging), ob Videofunktion oder die Möglichkeit zum Austausch von Fotos und Videos – die neuen Modelle Nokia N96, Nokia N78, Nokia 6220 classic und Nokia 6210 Navigator bieten dem Nutzer umfangreiche standortbasierte Dienste und Multimedia-Funktionen. Gerade standortbasierte Dienste wie Karten- und

grenzten Speicherplatz und erlaubt das uneingeschränkte Hochladen von Daten. Zu den neuen Geräten: Das Nokia N96 ist ein Multimedia-Computer, der speziell für die Nutzung von Video- und TV-Formaten optimiert wurde. Es bietet ein mit 7,1 cm (2,8 Zoll) Displaydiagonale besonders großes Display, einen 16 GByte großen internen Speicher und ermöglicht das Abspielen hochwertiger Videos in unterschiedlichen Formaten. Der Nokia N96 Multimedia-Computer wird voraussichtlich ab dem dritten Quartal 2008 verfügbar sein. Das Nokia N78 ist ebenfalls ein Multimedia-Computer, der Musik-, Navigations- und Kamerafunktionen mit den Vorteilen der Mobilität verbindet. Mit ihm können die neuen Nokia Dienste wie der Nokia Music Store, Nokia Maps und Share on Ovi in vollem Umfang genutzt werden.



Nokia stellte auf dem Mobile World Congress in Barcelona vier neue Geräte vor: Nokia 6210 Navigator (ganz oben r.), Nokia N96 (ganz oben l.), Nokia N78 (oben) und Nokia 6220 classic (l.)

Navigationsysteme werden aus der Sicht von Nokia künftig eine zentrale Rolle bei der weiteren Entwicklung mobiler Geräte spielen.

Nokia Maps erreichte mit neuen Multimedia-Stadtführern, Satellitenbildern und einer überarbeiteten Benutzeroberfläche eine neue Stufe in der Entwicklung mobiler Navigation. Die eigens für Fußgänger bestimmte Navi-Komponente „Gehen“ sorgt dafür, dass Fußgänger die Orientierung nicht verlieren müssen. „Gehen“ ergänzt den bereits bekannten Auto-Navigationsmodus.

Als jüngste Weiterentwicklung von Ovi, dem kürzlich vorgestellten Nokia Angebot verschiedener Internetdienste, präsentierte das Unternehmen „Share on Ovi“. Dieser neue, kostenlose Dienst für die Bereitstellung persönlicher Inhalte ermöglicht das einfache Hochladen, Verwalten und Weitergeben von Inhalten über ein mobiles Gerät, einen Desktop-Computer oder ein anderes Gerät mit Internetverbindung. Share on Ovi bietet eine Umgebung, in der Nutzer miteinander Kontakte knüpfen, kommunizieren und zusammenarbeiten können. Die Plattform, die für über 100 verschiedene Medientypen entwickelt wurde, bietet unbe-

Mit der Auslieferung des Nokia N78 wird voraussichtlich im zweiten Quartal 2008 begonnen.

Das Nokia 6220 classic ist ein Gerät mit einer Vielzahl von Funktionen. Neben einer Fünf-Megapixel-Kamera ist es mit einer integrierten Navigationsfunktion mit Unterstützung für A-GPS ausgestattet. Dadurch bietet es vollkommen neue Möglichkeiten, Informationen und Inhalte mit anderen gemeinsam zu nutzen, denn die Fotos und Videos lassen sich nach der Aufnahme mit weiteren Informationen versehen, bearbeiten und dann online stellen, von Mobiltelefon zu Mobiltelefon versenden oder auch auf einem Fernseher betrachten. Mit der Auslieferung des Nokia 6220 classic wird voraussichtlich im dritten Quartal 2008 begonnen.

Das Nokia 6210 Navigator ist das erste GPS-fähige mobile Gerät von Nokia, das über einen integrierten Kompass für die Fußgängernavigation verfügt. Das Gerät ist mit dem ebenfalls neu vorgestellten Nokia Maps 2.0 ausgestattet und bietet umfassende Funktionen für die sprachgesteuerte und optische Routenführung, ohne dass dabei zusätzliche Kosten anfallen. Mit der Auslieferung des Nokia 6210 Navigator wird voraussichtlich ebenfalls im dritten Quartal 2008 begonnen.

Neues von Sony Ericsson

Sony Ericsson stellte im Rahmen des Mobile World Congress ebenfalls eine Reihe neuer Produkte und die neue Marke Xperia vor. Sie soll die Antwort auf das steigende Bedürfnis der Konsumenten nach mobiler Kommunikation über das Internet und mobilen Multimediaerlebnissen sein. Erstes Xperia Produkt und sicherlich eine der spektakulärsten Neuvorstellungen der Messe ist das Sony Ericsson Xperia X1, ein Quad-Band UMTS/HSDPA/HSUPA- und Quad-Band GSM/GPRS/EDGE-Handy, das voraussichtlich im zweiten Halbjahr auf den Markt kommen wird. Das Xperia X1 bietet ein drei Zoll großes, kontrastreiches WVGA-Display mit einer Auflösung von 800 x 480

DECT | perfekt

Schnurloses Telefon DECT 15



Menüführung: selbsterklärend
Menüsprache: Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch



- Freisprechen
- Lauthören
- Anrufliste
- Wecker
- polyphone Klingelmelodien
- SMS im Festnetz
- LCR einstellbar für 3 Provider
- Rufnummernsperre (0190...)



- mit Zusatzmobiltteilen erweiterbar



Analoganschluss CLIP Headsetanschluss Telefonbucheinträge

AGFEO
einfach | perfekt | kommunizieren

AGFEO Telekommunikation · Gaswerkstraße 8 · D-33647 Bielefeld
Info-Line: 0700 CALL AGFEO +49 (0) 700 2255 24336 · Fax: +49 (0) 521/447 09-98 555
E-Mail: info@agfeo.de · Internet: www.agfeo.de

Garmin wird durch das nüvifone zum Handyhersteller

Garmin International ist in den Handymarkt eingestiegen: Mit dem Touchscreen-Multifunktionsgerät nüvifone stellte das Unternehmen sein erstes All-in-one-Gerät vor, das Mobiltelefon, mobilen Web-Browser und Navigationsgerät vereint. Das schlanke nüvifone soll mit seinem glatten, glänzenden Gehäuse in Bezug auf Ausstattung, Design und Funktion einen neuen Standard setzen. Es wird komplett über den Touchscreen bedient und kombiniert 3.5G-Mobiltelefonfunktionen mit Internetbrowser, Datenverbindung, Messaging-Anwendungen und einem Personal Navigator. Nach dem Einschalten erscheinen auf dem 3,5-Zoll-Touchscreen zunächst drei Symbole – „Anrufen“, „Suchen“ und „Karte anzeigen“ – über die der Benutzer sämtliche Funktionen des nüvifone aufrufen kann. Anrufe lassen

der, die bereits mit der Garmin nüvi-Produktreihe vertraut sind, werden sich mit der Bedienung der Navigationsfunktionen des nüvifone sofort zurechtfinden. Das nüvifone ist das erste Garmin-Gerät mit Google-Suchfunktionen, die auf die nahezu unbegrenzten Point-of-Interest-Informationen im World Wide Web zurückgreifen. Wenn der nüvifone-Nutzer einen Suchbegriff wie „Cafés“ eingibt, sortiert Google die Ergebnisse automatisch nach der Entfernung vom aktuellen Standort und ihrer Relevanz. Darüber hinaus kann der integrierte Webbrowser mit Premium-Funktionen und Touchscreen-Bedienung für mobiles Surfen genutzt werden. Mit E-Mail, SMS und Instant Messaging stellt das nüvifone zudem umfassende Textnachrichtenfunktionen bereit. Mit einer einfachen Berührung des Bild-

schirms kann der Benutzer jederzeit die exakten Längen- und Breitenkoordinaten seines momentanen Standorts, die nächstgelegene Adresse oder die nächsten Krankenhäuser, Polizeireviere und Tankstellen abrufen. Außerdem erleichtert das nüvifone dem Benutzer das Wiederfinden seines Fahrzeugs in einer unbekanntem Gegend oder auf einem überfüllten Parkplatz, indem es automatisch den Ort markiert, an dem es zuletzt aus der Fahrzeughalterung entnommen wurde. Als Ergänzung der Navifunktionen bietet das nüvifone Zugriff auf den Onlinedienst Garmin Online. Nicht zuletzt bietet das nüvifone zahlreiche Unterhaltungsmöglichkeiten. Mit der integrierten Kamera aufgenommene

Fotos werden automatisch mit dem Längen- und Breitengrad des Standorts versehen. Über die Google Panoramio-Website bietet das nüvifone direkten Zugriff auf Millionen von mit Positionsdaten versehenen Fotos von Orientierungspunkten und Sehenswürdigkeiten in aller Welt. Abgerundet werden die Multimedia-Funktionen des nüvifone durch eine integrierte Videokamera sowie einen MP3- und MPEG4/AAC-Player.



Garmins neues nüvifone gehörte zu den interessantesten Neuheiten, die in Barcelona zu sehen waren.

sich nach dem Antippen des Anrufsymbols durch Auswählen eines Namens in der Kontaktliste oder durch Eingeben der Rufnummer bequem über das Bildschirmtastaturfeld tätigen. Steigt der Nutzer während eines Telefongesprächs in ein Auto ein, aktiviert das Gerät beim Einsetzen in die Fahrzeughalterung automatisch die GPS-Funktion, ruft das Navigationsmenü auf und stellt den Anruf auf „Freisprechen“ um. Anwen-

Handys. Neben den bekannten Funktionen des MP3-Players geht es bei Speicher, Bedienung und vor allem bei der Klangqualität noch einen Schritt weiter. Das W980 Walkman-Handy unterstützt HSDPA und Quad-Band Edge. Es ist voraussichtlich im dritten Quartal erhältlich.



Das Xperia X1 von Sony Ericsson war eine der spektakulärsten Neuvorstellungen in Barcelona.

Das neue Outdoor-Kamera-Handy C702 von Sony Ericsson wurde für Menschen konzipiert, die viel unterwegs sind und dabei ein strapazierfähiges und vollwertig ausgestattetes Handy brauchen. Das C702 Cyber-shot ist ein

HSDPA/Quad Band Edge-Handy. Das neue Sony Ericsson C902 Cyber-shot Handy bietet sogar die Funktion Gesichtserkennung, die inzwischen auch in immer mehr Digitalkameras zu finden ist. Auch das C902 Cyber-shot ist ein HSDPA/Quad-Band Edge-Handy. G700 und G900 sind die ersten Geräte, denen Sony Ericsson den Buchstaben „G“ voranstellt. Das Kürzel bezeichnet Handys, die auf die Nutzung des Internets mit dem Handy ausgerichtet sind, für die „Generation Web“. Verschiedene Funktionen, vor allem die Benutzerführung, sorgen für eine komfortable Navigation im Netz. Sowohl das G700 als auch das G900 sind UMTS/Tri-Band GPRS-Handys. Die zuletzt genannten Geräte werden voraussichtlich ab dem zweiten Quartal erhältlich sein.

Neues von Samsung

„Angetrieben von bekanntem Pioniergeist“, so Geesung Choi, Präsident von Samsung Telecommunication Business, präsentierte Samsung neueste Modelltypen, exquisites Design und innovative

Konzepte, die auf den Bedarf und den individuellen Lebensstil des modernen Verbrauchers ausgerichtet sind. Neu in der „Ultra Edition“ ist das Modell SGH-U900, das sich an die Spitze der neuen „Ultra Edition III“ setzt. Im Stil seiner Vorgänger präsentiert sich

anspruchsvollen Musik-Liebhaber: Ein digitaler Endverstärker liefert herausragende Klangqualität und ermöglicht die komfortable Navigation zwischen den Songlisten. Im unteren Teil des eleganten Sliders hat Samsung HiFi-Lautsprecher platziert. Das SGH-F480 wiederum ist ein Handy mit einer Fünf-Megapixel-Kamera und Full Touchscreen in geschmeidigem Trendsetter-Design.

Für alle diejenigen, die Wert auf ein effizientes und dabei aber auch stilgerechtes Arbeiten legen, stehen das SGH-i780 sowie weitere Smartphones, die auf einem offenen Operating System wie MS Windows Mobile, Linux und Symbian basieren, zur Verfügung. Auch bei den TV-Handys bewies Samsung wie-



Neu von Samsung: SGH-U900 (l.) und SGH-i780

das Gerät in selbstbewusster Eleganz, schlank, hochwertig und formschön. Zur Ausstattung des ultraleichten Modells gehören eine Fünf-Megapixel-Kamera, Power-LED, Gesichtserkennung und Bildstabilisator. Auch schwierige Gegenlichtsituationen und starke Helligkeitskontraste werden mit Wide Dynamic Range ausgeglichen. Der High-Speed Internetzugang via 7.2 MBit/s-HSDPA zählt ebenso zur Ausstattung wie umfangreiche Audio- und Multimediafunktionen. Ein Highlight ist das Navigationsdisplay, das dank hochmoderner Magic Window Technologie erlaubt, die Tastatur-Funktionen ganz nach Wunsch auszurichten. Neben dem SGH-U900 stellte Samsung auf der Mobile World weitere Handys mit besonderen technologischen und optischen Vorzügen vor: So empfiehlt sich das Samsung SGH-G810 für alle, die Wert auf ein umfassendes Multimedia-Paket legen. Das SGH-F400 ist ein Handy für den

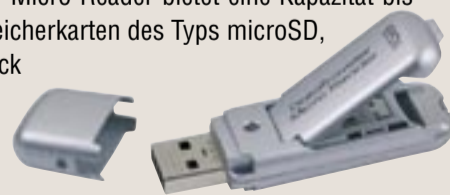
der Pioniergeist. Unter der Bezeichnung SGH-P960 wird in Kürze ein neues Samsung TV-Handy auf den Markt kommen.

Neues von LG

Mit den beiden neuen Handys KF700 und KF600, die LG auf dem Mobile World Congress ins Programm nahm, will das Unternehmen auf dem Erfolg seiner Touchscreen-Handys aufbauen. Über drei verschiedene Eingabemöglichkeiten bietet das LG KF700 jeweils Zugriff auf die vielfältigen, leistungsfähigen Multimedia-Features wie Web-Browser oder MP3- und Video-Player. Die Filme werden auf einem hochauflösenden, drei Zoll großen LCD-Touchscreen gezeigt. Dieser eignet sich zudem zur Eingabe mittels virtueller Tasten. Über das Kurzwahlrad auf der Rückseite lässt sich zwischen den verschiedenen Anwendungen wechseln. Eine alphanumerische Tastatur zum Herausschieben steht ebenfalls bereit. Das interaktive InteractPad

Neue Speicher von Kingston Technology

Kingston Technology hat in Barcelona einen neuen USB-Stick vorgestellt, der auch als Adapter für Minispeicher aus Mobiltelefonen genutzt werden kann. Der Data Traveller Micro Reader bietet eine Kapazität bis 2 GB. Er kann außerdem Speicherkarten des Typs microSD, microSDHC und Memory Stick Micro (M2) lesen. So lassen sich Bild-, Musik- und andere Daten von Mobiltelefonen schnell und ohne Kabel auf PCs und Mac-Rechner übertragen. Ebenfalls neu bei Kingston Technology ist die 16 GB Klasse 4 SDHC-Karte, die SDHC-Karte mit der derzeit höchsten Kapazität bei Kingston. Zum Portfolio des Unternehmens gehören auch SDHC-Karten mit 4 GB und 8 GB. Alle SDHC-Karten von Kingston gibt es in drei Geschwindigkeitsvarianten (2, 4 und 6). Der Hersteller bietet für diese Produkte lebenslange Garantie und 24/7 technischen Support.



cellity stellt den cellity Communicator vor

Rund ein Jahr nach der Vorstellung seiner ersten Handy-Software, die inzwischen von rund zwei Millionen Mobiltelefonierern in über 150 Ländern heruntergeladen wurde, hat cellity in Barcelona den cellity Communicator vorgestellt. In die neue Software wurden zahlreiche Funktionen integriert. Sie kombiniert die Produkte freeSMS, groupCALL und worldCALL und macht damit die Handys nicht nur zu multifunktionalen Kommunikationstools, sondern hilft den Nutzern auch beim Senken ihrer Mobilfunkkosten. So lassen sich beispielsweise bei Auslandsgesprächen in über 70 Länder bis zu 90 Prozent sparen, innerhalb Deutschlands bis zu 60 Prozent. Der cellity Communicator ist für Java- und Blackberry verfügbar und funktioniert auch mit dem Betriebssystem Symbian. Für das Herunterladen entstehen keine Kosten, ebenso braucht keine monatliche Grundgebühr entrichtet zu werden. Die Abrechnung mit cellity erfolgt über ein Prepaid-Guthaben-Konto. Wie alle bisherigen cellity-Produkte, ist auch der cellity Communicator ohne Wechsel der SIM-Karte mit der eigenen Mobilfunknummer nutzbar.

ist das auffallendste Attribut des LG KF600. Es ersetzt herkömmliche Navigationstasten durch virtuelle, kontextabhängige Buttons. Je nachdem, welche Funktion gerade im Einsatz ist, bietet das Gerät die entsprechenden Tasten an. Auch auf Style und Design wurde bei dem Gerät großer Wert gelegt.

Neues von HTC

Auch HTC, weltweit größter Hersteller von Geräten mit dem Betriebssystem Windows Mobile, war in Barcelona mit mehreren neuen Geräten vertreten. Dazu gehörte beispielsweise der HTC Shift. Das Gerät kombi-

niert Windows Vista mit Windows Origami Experience 2.0, ermöglicht es dem Nutzer, „always on“ zu sein und Push-E-Mails zu empfangen und



bietet Funktionsfähigkeit bis zu drei Tagen mit einer Akkuladung. Microsoft Origami Experience 2.0 verbessert den Zugang zu und die Nutzung von Online-Inhalten durch einen neuen fingerfreundlichen Browser, einen RSS-Reader und einen Mediaplayer. Es beinhaltet ebenso Origami Now, über das der Nutzer mit einer einzigen Fingerberührung Zugang zu den für ihn wichtigsten Inhalten bekommt, beispielsweise E-Mail, Kalender, Wetter oder To-Do-Listen.

Mit dem Shift hat HTC auch seine neue SnapVUE Technology vorgestellt, die schnellen Zugriff auf E-Mails, Kalender, SMS und Kontakte bietet, ohne das Gerät komplett hochfahren zu müssen. Der HTC Shift wiegt 800 g. Er ist mit einem 7"-Display und einer 40-GB-Festplatte ausgestattet.

Neues von Navigon

Navigon war auf dem Mobile World Congress mit innovativen Produkten und Geschäftsmodellen vertreten, die das Thema Handynavigation für Hersteller, Netzbetreiber und Nutzer attraktiv machen sollen. Ein übersichtliches Display, geballte Rechenkraft und ein integrierter

GPS-Empfänger: Immer mehr Mobiltelefone bringen alle Voraussetzungen mit, um neben grenzenloser Kommunikation auch Navigation und ortsbezogene Dienste mit automatischer Positionsbestimmung zu ermöglichen. Aber bislang fehlte laut Navigon das richtige Geschäftsmodell, um das Thema Handynavigation erfolgreich im Markt zu etablieren.

„Die meisten Anbieter von Navigationssoftware beschränken sich darauf, die Möglichkeiten der PND-Navigation auf das Handy zu übertragen. Mit diesem Ansatz werden die Vorteile, die sich durch die Kombination von Navigation und Mobilfunk ergeben, nicht ausgenutzt“, erklärte Gerhard Mayr, Vice President OEM Sales EMEA bei Navigon, in Barcelona. „Wir wollen mehr: Wir verschmelzen Navigation mit dem Internet. Unsere Online-Dienste gehen über die klassische Routenplanung hinaus und ermöglichen neue Geschäftsmodelle, bei denen je nach Ausprägung Handyhersteller, Mobilfunkbetreiber oder der Endkunde in unterschiedlichem Maße profitieren.“

An Geräten gab es bei Navigon unter anderem das neue Navigon 8110 zu sehen. Das Gerät in edlem



Design bietet unter anderem ein 4,8"-Display, Spracherkennung und TMC Pro. Durch eine neue Technologie zeigt das Gerät den Straßenverlauf realistischer als zuvor. Optimale Übersicht durch den neuen Fahrspurassistenten Lane Assistant Pro und den weiterentwickelten Reality View Pro, schnellere Routenkalkulation, kürzere Reaktionszeiten und Multimedia-Anbindung dank eingebautem MP3-Player, Picture Viewer und FM-Transmitter sind weitere Charakteristika des neuen Navigon 8110.

Die Internetadressen der erwähnten Unternehmen

- www.mobileworldcongress.com
- www.sonyericsson.com
- www.modumobile.com
- www.garmin.de
- www.nokia.de
- www.samsung.de
- www.kingston.com
- www.cellity.com
- www.lge.de
- www.htc.com
- www.navigon.de

Auerswald produziert wieder in Deutschland

Die Auerswald GmbH & Co. KG, Telefonanlagenhersteller aus Cremlingen, setzt wieder verstärkt auf „Made in Germany“. Deshalb hat das Unternehmen die Fremdfertigung der Systemtelefone aus Fernost zurück an den norddeutschen Firmensitz geholt.

„Dank konstruktiver Änderungen der Telefone und darauf abgestimmter Fertigungseinrichtungen entstehen bei der Produktion hier vor Ort nur geringe Mehrkosten“, erklärte Firmenchef Gerhard Auerswald. „Diese werden durch Vorteile in anderen Bereichen, zum Beispiel höhere Qualität, geringere Lagerkosten, kürzere Lieferzeiten und mehr Flexibilität ausgeglichen. Mit der damit verbundenen Flächenvergrößerung am Produktionsstandort Deutschland haben wir ein klares Zeichen in Richtung Standortsicherung und -ausbau gesetzt.“

Um die Produktion wieder in Deutschland ansiedeln zu können, war eine Vergrößerung der Betriebsfläche notwendig. So fand im Dezember 2006 der erste Spa-

tenstich an der Hordorfer Straße in Cremlingen statt. Gut ein Jahr später konnten dort die auf jetzige 3.200 m² verdoppelten Räumlichkeiten bezogen werden. Der Fertigungsbereich sowie die Logistik im Warenein- und -ausgang erhielten durch den Umbau deutli-



Gerhard Auerswald

chen Flächenzuwachs. Damit verbunden musste auch das Bauteillager vergrößert werden. Der bisherige Platz für 250 Europaletten wurde auf 1.056 Paletten aufgestockt. Und die Serviceabteilung, die zuvor aufgrund akuten Platzmangels ausgelagert worden war, zog im Januar dieses Jahres in den Erweiterungsbau ein. Im Rahmen der Umbaumaßnahmen wurde schließlich auch die techni-



In den vergrößerten Fertigungsräumen am Standort Cremlingen werden die Auerswald Systemtelefone mit Hilfe modernster Bestückungsautomaten und hochmotivierter Mitarbeiter gefertigt.

sche Ausstattung des Seminarraumes verbessert, um den Seminarteilnehmern, dies sind in der Regel Fach- und Großhändler, modernste Technik zu bieten.

„Kürzere Wege, optimierte Materialflüsse innerhalb des Fertigungsprozesses, eine verbesserte Logistik sowie noch schnellere Serviceleistungen sind nur einige der Gründe, die für die Gesamtinvestition von zirka 2,1 Millionen Euro sprechen“, meinte Auerswald. Doch nicht nur die Produktion hat von den getroffenen Maßnahmen Vorteile, auch die Mitarbeiter des Unternehmens

profitieren. So können sie ihre Pausen jetzt in einer neuen Cafeteria verbringen – und der Firmenchef denkt derzeit noch darüber nach, dort sogar kostenlose Mahlzeiten auszugeben.

Die Förderung der eigenen Mitarbeiter ist bei Auerswald seit jeher Ausdruck für eine menschliche und lebendige Unternehmenskultur. „Die Menschen, die das Unternehmen maßgeblich prägen, sind ein mitentscheidender Faktor für das hohe Ansehen der Marke“, betonte Auerswald. „Denn nur motivierte Mitarbeiter sind auch zu außergewöhnlichen Leistungen

fähig und wissen, dass nur durch echte Teamarbeit optimale, marktgerechte und konkurrenzfähige Produkte entstehen können.“

Um im immer härter umkämpften Markt der Festnetz-Telekommunikation auch weiterhin zu den führenden Anbietern zu gehören, wird bei Auerswald viel über die technische Weiterentwicklung des Produktportfolios und über Produktweiterentwicklungen nachgedacht. Wer sich ein Bild über das aktuelle Sortiment von Auerswald machen will, hat dazu auf der CeBIT in Halle 12, Stand C36, Gelegenheit. www.auerswald.de

Pos **Aktuell**

O₂ Germany baut sein Mobilfunknetz bis Ende 2009 massiv aus

O₂ baut sein eigenes GSM-Netz mit modernster Technologie nahezu flächendeckend aus. Auch die Versorgung mit UMTS soll bis Ende 2009 auf 60 Prozent steigen. Die Einführung neuer Technologien wird darüber hinaus den schnelleren Up- und Download mobiler Daten ermöglichen. Die Investitionen sind Teil des 3,5 Milliarden-Euro-Pakets, das Telefónica O₂ Europe im Oktober 2007 angekündigt hatte. Der flächendeckende Ausbau des GSM-Netzes soll bis Ende 2009 abgeschlossen sein. Insgesamt soll das GSM-Netz von O₂ künftig über 17.000 Basisstationen verfügen, davon sind 1.000 eigens dafür vorgesehen, Standorte von Businesskunden zu versorgen. Auch den Ausbau des Mobilfunknetzes entlang von Fernstraßen und ICE-Strecken wird O₂ weiter vorantreiben. In den nächsten Jahren wird die Nutzung mobiler Datendienste kontinuierlich steigen. Aus diesem Grund wird O₂ UMTS und HSDPA (High Speed Downlink Packet Access) in Ballungsgebieten kontinuierlich ausbauen und in ländlichen Regionen noch in diesem Jahr durch Edge (Enhanced Data Rates for GSM Evolution) ergänzen. Gleichzeitig führt O₂ die HSUPA (High Speed Upload Packet Access)-Technologie ein. Damit können Kunden große Datenmengen unterwegs schneller per Mail verschicken. www.o2online.de

Funkwerk Dabendorf bittet zur Premiere der Ego Cup FM auf die CeBIT

Mit der Plug & Play Freisprechanlage Ego Cup überraschte Funkwerk Dabendorf bereits im Herbst 2007 den Markt. Zur CeBIT will das Brandenburger Unternehmen nachlegen: Ego Cup FM heißt die neue Plug & Play Lösung, die auf der Messe in Hannover Premiere feiert. Sie ist mit vielen Komfortfunktionen wie eingebautem Akku, Display und FM-Transmitter ausgestattet. Dank ihrer Form passt auch diese Neuheit in viele bestehende Getränkehalter von Fahrzeugen. Funkwerk Dabendorf zeigt die Ego Cup FM auf der CeBIT am Stand F34 in Halle 15. Einmal gekoppelt, verbindet sich die Ego Cup FM automatisch mit dem Mobiltelefon per Bluetooth. Telefongespräche können wahlweise über den internen Lautsprecher oder wie bei professionellen Anlagen über die Fahrzeuglautsprecher geführt werden. Möglich macht es der eingebaute FM-Transmitter, der auch MP3s vom Handy zum Radio überträgt. Dazu wird eine freie UKW-Frequenz genutzt, die jederzeit über das Display der Anlage geändert werden kann. Das gut ablesbare Display zeigt auch Rufnummern an. Dank Echo- und Geräuschunterdrückung ist auch bei höheren Geschwindigkeiten eine gute Klangqualität gewährleistet. Der eingebaute Akku macht die Ego Cup FM unabhängig von einer externen Stromversorgung. Er hält für sieben Stunden Gesprächszeit und bis zu zwei

Wochen im Standby. Mit dem Ladekabel für den Zigarettenanzünder kann der Akku jederzeit wieder aufgeladen werden.

www.funkwerkdabendorf.de

Das CeBIT-Motto von my-eXtra lautet: „Alles in my-eXtra“

Unter dem CeBIT-Motto „Alles in my-eXtra“ stellt der Baidersdorfer Mobilfunkdistributor Fachhändlern und Franchisepartnern in Hannover sein volles Leistungsspektrum vor. Darunter befinden sich zahlreiche Dienste und Anwendungen, die der Händler kostenlos bezieht. Ein besonderes Highlight des CeBIT-Auftritts soll der Besuch des Bayerischen Innenministers Joachim Herrmann auf dem my-eXtra Messestand sein. Vom 4.3. bis 9.3. können sich Tk-Fachhändler bei einem persönlichen Termin über alle Leistungen von my-eXtra umfassend informieren. In den sechs Schwerpunktthemen Handys und Zubehör, Freischaltungen, Fachwissen, Werbeunterstützung, Abwicklungstools und Shopkonzept demonstriert my-eXtra seine innovativen Lösungen. Der my-eXtra Messestand befindet sich in Halle 26, Stand A32. Händler-Anmeldungen sind bis zum 3.3. online unter www.my-extra.com/cebit/ möglich. Jeder bei my-eXtra registrierte Händler erhält bei Terminvereinbarung ein kostenloses CeBIT-Fachbesucherticket zugeschickt und bei Besuch auf dem my-eXtra Messestand ein Messageschenk. Für Händler und Geschäftspartner veranstaltet der Baidersdorfer Distributor an jedem Messeabend (bis auf Sonntag) ab 18 Uhr eine Caipirinha Happy Hour. www.my-extra.com

ENO veröffentlicht Endkundenflyer zum Thema Videokonferenzen

Die Lebensqualität der Menschen, die beruflich viel unterwegs und aufgrund von engen Terminfolgen gestresst sind, ist häufig nicht sehr

Vodafone baut sein MobileTV-Angebot zur CeBIT aus

Vodafone baut sein MobileTV-Angebot zur CeBIT weiter aus. So umfassen die Neuerungen nicht nur eine Verbesserung der Bildqualität, sondern auch zahlreiche neue Features und interaktive Funktionen. Zusätzlich werden neue Angebote und Übertragungsmöglichkeiten in Hannover präsentiert. Schon heute umfasst Vodafone MobileTV mit weit über 30 Kanälen ein großes Programmangebot, das rund um die Uhr aktuell gesendet wird. Es gibt Highlights aus den Bereichen Sport, Musik, News und Unterhaltung. Auf der CeBIT stellt Vodafone nicht nur weitere Verbesserungen des vorhandenen Angebots vor, sondern es werden auch zahlreiche neue TV-Produkte für zu Hause und unterwegs präsentiert. Vodafone-Kunden profitieren dank High Quality Mobile TV von signifikanten Qualitätsverbesserungen beim mobilen Fernseherlebnis. Hier sorgt ein neuartiges Kompressionsverfahren (H.264) mit QVGA-Auflösung für bislang ungeahnte mobile TV-Qualität. Zusätzliche Kosten für den Kunden entstehen nicht. High Quality MobileTV ist für alle Endgeräte mit H.264-, HSDPA- und Q-VGA-Support automatisch verfügbar. Vodafone hat den MobileTV Player weiter verbessert: So sind alle Bewegtbilddienste, also etwa TV, Video oder User Generated Content in Kürze, unabhängig von der jeweiligen Technologie, über den gemeinsam

genutzten Player auf dem Handy verfügbar. Das TV- und Video-Angebot von Vodafone ist somit einfacher und übersichtlicher. Zur CeBIT präsentiert Vodafone zudem neue Möglichkeiten für den MobileTV Player. Wie DVB-T für das Handy aussieht, führt Vodafone als technisches Pilotprojekt auf der CeBIT vor. Damit können alle vom „klassischen“ DVB-T bekannten Fernsehkanäle auf entsprechenden Handys empfangen werden. In entsprechend versorgten Gebieten profitieren Nutzer von einer sehr hohen Bildqualität. Mit dem Pilotprojekt Vodafone Interactive TV lässt sich das mobile TV-Angebot von Vodafone nicht mehr nur unterwegs auf dem Handy nutzen, sondern auch als Internet-TV auf den Webseiten des Vodafone live!-Portals. Im Vordergrund des neuen Angebotes steht die Konvergenz zu MobileTV, dem mobilen Fernsehangebot von Vodafone: bestimmte TV-Inhalte stehen nun unterwegs auf dem Handy und zu Hause auf dem PC zur Verfügung. Unter www.vodafone.de ist der Pilot mit einer Auswahl von aktuellen MobileTV-Kanälen nutzbar. Insgesamt bietet Vodafone Interactive TV ein Fernseherlebnis mit vielen Zusatzinformationen, umfangreichen Funktionen sowie alle Sendungen on Demand. Das neuartige Angebot kann sowohl von Vodafone-Kunden als auch von Nicht-Vodafone-Kunden kostenlos genutzt werden. www.vodafone.de

hoch. Durch diese wachsende Belastung steigt aber auch die gesundheitliche Belastung. Ein Mittel, dieser Entwicklung entgegenzuwirken, ist der Einsatz von Videokonferenzsystemen. Mit der Aufnahme dieses Bereiches in das Portfolio hat ENO den ersten Schritt getan, um den Handel zu motivieren, an gerade dieser Schraube zu drehen. Besonders Händlern mit engem Kontakt zu größeren Businesskunden wird immer wieder auffallen, dass die zeitaufwendigen und teuren Reisetätigkeiten die Mitarbeiter wenig motivieren und mehr und mehr zu Unzufriedenheit führen. Hier sind besonders Händler angesprochen, die im IT-Umfeld tätig sind und auch mit Kunden, die Filialstrukturen haben, zusammenarbeiten. Für diese Zielgruppe hat ENO jetzt in Zusammenarbeit mit LifeSize, dem Hersteller von HD-Videokonferenz-Systemen, einen Endkundenflyer entwickelt. Dieser geht allein auf

die Vorteile der Nutzung ein, nicht auf technische Details. Bildhaft werden die Vorteile von mehr Freizeit kommuniziert. Über diesen Flyer kann der Fachhandel seine Kunden gezielt ansprechen. Den Flyer und weitere Informationen gibt es unter der Hotline 05921/877-4393. www.eno.de

Bei AVM dreht sich alles um die Verbindung von DSL und WLAN N-Funk

Bei AVM dreht sich auf der CeBIT alles um die Verbindung von DSL mit dem neuen schnelleren WLAN N-Funk. Der Berliner Kommunikationsspezialist präsentiert dazu auf seinem Messestand in Halle 13, Stand C48, eine neue Leistungsklasse von aufeinander abgestimmten DSL-WLAN N-Produkten für den optimalen Einsatz an DSL-Anschlüssen mit hoher Übertragungsrage. Premiere feiert die

neue Fritz!Box WLAN 3270, die auf der Hardware-Architektur des neuen AVM-Topmodells Fritz!Box Fon WLAN 7270 basiert. Die neue Architektur erfüllt die Leistungsanforderungen anspruchsvoller Breitbandanwender. Ebenfalls Messepremiere feiert Fritz! Media 8160. Mit WLAN N und HDMI-Anschluss bietet Fritz! Media Spielfilme in HD-Qualität. Und mit Fritz!WLAN Repeater bietet AVM eine kleine und selbstinstallierende Lösung für eine noch größere Funkabdeckung. Alle neuen Produkte sind auf dem Messestand von AVM live im Einsatz. Fachhändlern stehen während der gesamten Messe wieder exklusiv eigene Ansprechpartner zur Verfügung. Und auch in diesem Jahr wird es exklusiv für Fachhändler geführte Touren über den Messestand geben. Die traditionelle AVM Standparty lädt erstmals am Donnerstag, 6. März, 18 Uhr, zu Band, Bier & Brezeln ein. www.avm.de

Neue Produkte und Kooperationen für das mobile Internet sollen die Position von T-Mobile stärken

„Das Internet ist da, wo Du bist“ – Mit neuen Produkten für das mobile Internet will T-Mobile seine Marktführerschaft ausbauen. Deshalb haben der Bonner Netzbetreiber und Yahoo! eine strategische Partnerschaft beschlossen und bieten ab Ende März innovative mobile Suchfunktionen an. T-Mobile erweitert darüber hinaus seine Partnerschaften für die sozialen Webdienste und arbeitet zukünftig mit Communities wie YouTube, MySpace, Flickr und bebo zusammen.

Um T-Mobile-Kunden den Zugang zu diesen Diensten jederzeit und an jedem Ort zu ermöglichen, hat das Unternehmen die Roamingpreise für die Datennutzung innerhalb von Europa gesenkt. Weiterhin plant T-Mobile für das laufende Jahr die Einführung des mobilen Instant Messaging Service auf den führenden europäischen Märkten. Aus diesem Grund hat T-Mobile eine Zusammenarbeit mit den Anbietern von Windows Live Messenger, ICQ, AOL Instant Messenger (AIM) und Yahoo! vereinbart.

T-Mobile und Yahoo! kooperieren ab Ende März im Rahmen ihrer strategischen Partnerschaft bei den mobilen Suchfunktionen. Die oneSearch-Funktion von Yahoo! liefert schnell und problemlos Ergebnisse und schnelle Antworten auf Suchanfragen. one Search stellt den Nutzern Finanzinformationen, Wetterprognosen, Fotos, Webbilder und mobile Webseiten zur Verfügung. Mit Yahoo! hat sich T-Mobile einen Internet-Pionier zum Partner gewählt. Nach Aussage von Hamid Akhavan, CEO von T-Mobile International, bietet diese Vereinbarung wichtige Vorteile für die mobilen Internetkunden von T-Mobile und bildet die Grundlage für eine erfolgreiche Kooperation in der Zukunft.

Durch die Partnerschaften mit einigen der populärsten mobilen, community-basierten Plattformen für das Teilen von Videos und Fotos und soziale Vernetzung können sich die Kunden von T-Mobile über ihre Handys mit Freunden und Geschäftspartnern vernetzen, wann immer und wo immer sie

wollen. Die wichtigsten Beispiele sind die Internet-Communities YouTube, MySpace, Flickr und bebo. Eine optimierte Telefonschnittstelle und die bewährten web'n'walk-Widgets ermöglichen es den Nutzern, ihr mobiles Internetlebnis zu personalisieren. Der wichtigste Vorteil ist, dass die Nutzer mit einem Klick von ihrer personalisierten Homepage im web'n'walk-Portal Zugriff auf ihre Lieblingsseiten bekommen.

T-Mobile wird noch in diesem Jahr einen mobilen Instant Messaging Service in den wichtigen europäischen Märkten einführen. Die Kunden können dann über ihr Handy und ihren bevorzugten Instant-Messaging-Anbieter IM-Chat erleben. Entsprechende Verträge wurden mit den Anbietern von Windows Live Messenger, ICQ, AOL Instant Messenger (AIM) und Yahoo! Messenger unterzeichnet. Dadurch werden die größten IM-Communities mit einer der größten mobilen Communities der Welt vereint. Mit der Einführung dieses Dienstes macht T-Mobile einige der beliebtesten sozialen Communities im Internet mobil und ermöglicht ein faszinierendes, praktisch nahtloses Kommunikationserlebnis zwischen Handy- und PC-Nutzern innerhalb eines IM-Netzes. Die Kunden können sehen, welche ihrer Freunde online sind, und mit ihnen einen Chat beginnen.

T-Mobile senkt die Roaming-Preise für Datenübertragung in Europa und führt ein einheitliches Roaming-Entgelt für Datenverbindungen ein: Das mobile Internet wird innerhalb Europas zwei Euro pro Megabyte kosten; ein attraktiver Preis für alle, die nur gelegentlich mit dem Handy im Ausland surfen wollen. Das ist ideal, um aktuelle Informationen aus dem web'n'walk-Portal oder E-Mails abzurufen. Dieser Preis gilt unabhängig vom Anbieter, so dass man nicht versehentlich im falschen Netz unterwegs sein kann und am Ende eine überraschend hohe Rechnung ins Haus steht. T-Mobile bietet auch Roaming-Dienste speziell für Vielnutzer, die ein größeres Datenvolumen brauchen. Mit dem T-Mobile Tagespass für 15 Euro können die Kunden ein Übertragungsvolumen von 50 Megabyte kaufen. www.t-mobile.de

freenet/mobilcom blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2007 zurück

Turbulenzen überstanden

Die freenet AG hat Mitte Dezember den von Investoren geforderten Prüfprozess hinsichtlich einer Umstrukturierung, Übernahme oder Filetierung beendet und bleibt damit nach derzeitigem Stand in der momentanen Aufstellung bestehen. Mit der Einstellung des Prüfprozesses sind beispielsweise Pläne von Drillisch und United Internet vom Tisch, die ins Auge gefasst hatten, das Unternehmen mit über fünf Millionen Mobilfunk- und über einer Million DSL-Kunden unter dem Dach einer neu gegründeten Holding komplett zu übernehmen.

„Die mit der unsicheren Lage seit Sommer anhaltenden Turbulenzen, die viel Zeit, Personal und Kraft gekostet und uns in hohem Maße vom Tagesgeschäft abgehalten haben, sind damit überstanden, und wir können uns jetzt wieder mit Volldampf dem Ziel widmen, unser Geschäft in den eigenen Shops und bei den Handelspartnern nach vorne zu bringen“, erklärten Christoph Preuß, Leiter Shop Vertrieb, und Dr. Jens Gerhardt, Leiter Vertrieb/Handel, bei freenet/mobilcom, im Rahmen des inzwischen traditionellen Fachpressegesprächs in München. Als wichtigste Ziele für 2008 nannten beide Manager vor allem die Steigerung der Besuchsfrequenz, den Verkauf von Zusatzoptionen zu Standardtarifen sowie die Erhöhung der Verkaufsabschlüsse am Point of Sale. „Dank der intensiven Betreuung unse-

rer Händler und der hohen Zahl von Schulungstagen ist die Beratungsqualität in den Geschäften inzwischen kaum mehr zu steigern“, so Gerhardt. „Aber was nützt dem Geschäft die beste Beratung, wenn der Kaufabschluss nicht vor Ort erfolgt? Wir werden deshalb bei den Schulungen in den nächsten Monaten vor allem Abschlusstechniken demonstrieren.“

Erfolgreich, aber längst nicht optimal, verlief laut Gerhardt und Preuß im vergangenen Jahr der



Dr. Jens Gerhardt

Christoph Preuß

Verkauf von Zusatzprodukten wie Handyversicherungen oder Datenoptionen in beiden Vertriebskanälen. Deshalb wird auch dieser ertragsstarke Bereich im neuen Jahr stärker in den Schulungen thematisiert. Darüber hinaus sollen vollkommen neue Produkte zur Steigerung der Produktivität in den Geschäften angeboten werden können. Hier denkt man etwa an den Verkauf von Strom.

Die Kundenfrequenz soll vor allem durch den weiteren Ausbau des Produktportfolios gesteigert werden. „Dabei werden wir an unserer Zweimarken-Strategie festhalten“, so Preuß. Unter freenet wird der Kunde vor allem DSL und eigene Tarife finden, während die



Nach und nach wird in diesem Jahr Grün zur dominierenden Farbe in allen freenet-Shops werden.

Marke mobilcom als Handelsmarke bestehen bleibt und insbesondere die Originaltarife der Netzbetreiber in den Mittelpunkt stellt.

„Ich bin mir sicher, dass das Jahr 2008 für viele Handelspartner ein entscheidendes Jahr für ihre weitere Existenz sein wird“, ergänzte Gerhardt. „Über ein erweitertes Produktportfolio, gezielte Marketingmaßnahmen und vielfältige Schulungsangebote werden wir auch 2008 unseren Partnern den Rücken stärken.“

Der Außenauftritt der eigenen Geschäfte soll in diesem Jahr deutlich grüner werden. Preuß: „Wir haben Anfang Juni 2007 in Kiel den ersten Shop in freenet-grüner Farbe eröffnet, mussten dann aber die ursprünglich geplanten Aktivitäten wegen der anderweitig gebundenen Kapazitäten zurückfahren. In diesem Jahr werden wir aber das Look & Feel unserer Shops nach und nach vereinheitlichen.“ Auch weiterhin soll die Marke Mobilcom optisch präsent sein, aber dezenter als die Marke freenet.

Trotz allem erfolgreich

Trotz aller Unsicherheiten über die Zukunft und die während des genannten Prüfprozesses gebündelten Kapazitäten kann freenet/

mobilcom auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2007 zurückblicken. Insgesamt entwickelten sich die Geschäfte positiv, nur bei einzelnen Partnern stellte sich dieses positive Ergebnis nicht ein. Eines der herausragendsten Ereignisse war im vergangenen Jahr der Vertragsabschluss mit EP: ElectronicPartner Mitte des Jahres. „Wir haben damit einen neuen Vertriebspartner hinzugewonnen, der mit seinen hochwertigen und beratungsintensiven Produkten und seiner Fachhandelskompetenz ideal zu uns passt“, meinte Gerhardt. Durch die Kooperation haben alle EP-Händler die Möglichkeit, über ihre Zentrale auf sämtliche freenet/mobilcom-Produkte zuzugreifen. Um die EP-Partner für das Geschäft fit zu machen, hat freenet/mobilcom eine großangelegte Schulungsaktion für rund 1.400 EP-Händler und deren Mitarbeiter in über 20 Städten durchgeführt.

Als weiterer Wachstumstreiber zeigte sich im Jahr 2007 das Shop-in-Shop-Geschäft. Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses dieser Ausgabe betrieb freenet/mobilcom 69 derartige Verkaufsstellen, davon 68 bei Hertie. Je nach Größe des „Mutterhauses“ unterscheiden sich diese Minishops auch in ihrem Angebot.

Das Erfolgsprodukt des Jahres 2007 war, zumindest hinsichtlich

freenet/mobilcom vermarktet ab sofort neue E-Plus-Tarife

freenet/mobilcom hat Anfang Februar mit der Vermarktung von drei Base Mobilfunk-Tarifen begonnen: Die freenet-mobilcom-Kunden können sich jetzt auch für die Tarife Base 1, Base 2 und Base 5 optional mit oder ohne Handy sowie wahlweise mit oder ohne SMS-Flat entscheiden. Die bisherigen Tarife wurden durch die neuen Angebote ersetzt. Gespräche in das deutsche Festnetz sind mit den neu angebotenen Tarifen zu jeder Zeit kostenlos. Darüber hinaus erhält der Kunde in den Tarifen Base 1 und Base 2 im Monat jeweils 60 Inklusivminuten, die er zusätzlich in allen deutschen Mobilfunknetzen vertelefonieren kann. Im Tarif Base 5 sind die Inklusivminuten unbegrenzt. Der Kunde spart gegenüber den alten Base Tarifen monatlich bis zu 15 Euro. Das Angebot richtet sich ausschließlich an Neukunden. Kunden, die optional ein Handy dazu möchten, kostet dies monatlich fünf bzw. zehn Euro zusätzlich. Die SMS-Flat (von Base zu Base) ist bei den Tarifen Base 1, Base 2 und Base 5 für einen monatlichen Preis von fünf Euro erhältlich.

Ebenfalls neu bei freenet/mobilcom sind die E-Plus-Tarife Zehnsation Neu und Zehnsation Classic, auf Wunsch im attraktiven Bundle mit einem Handy. Mit den neuen E-Plus-Tarifen telefonieren die Kunden nicht nur netzintern, sondern in alle deutschen Mobilfunknetze sowie in das deutsche Festnetz für zehn Cent pro Minute. Pro SMS fallen bei dem Tarif „Zehnsation Neu“ bei einer Grundgebühr von monatlich elf Euro ebenfalls zehn Cent an, beim Tarif „Zehnsation Classic“ 20 Cent pro SMS in alle deutschen Mobilfunknetze. Bei einer monatlichen Grundgebühr von einem Euro und einem Mindestumsatz von monatlich zehn Euro sind beim Tarif „Zehnsation Classic“ sogar monatlich 100 Freiminuten inklusive. Die neuen Zehnsation-Tarife sind optional auch mit einem Handy für monatlich fünf bzw. zehn Euro zusätzlich zu haben.

des prozentualen Zuwachses, DSL. Hier konnte im Durchschnitt aller Shops und Handelspartner ein Plus von über 50 Prozent erzielt werden. Im Mobilfunk wurde ebenfalls leichtes Wachstum verbucht. Dieses Ergebnis soll sich, nicht zuletzt durch die Partnerschaft mit EP, in diesem Jahr weiter verbessern.

www.freenet.de
www.mobilcom.de

Internationales Presse Kolloquium der Telekom Zurück auf der Erfolgsspur

Telekomchef René Obermann hat beim 17. Internationalen Presse Kolloquium, das Ende Januar in Berlin stattfand, erläutert, mit welchen Kernkompetenzen der Konzern sich als Partner des Kunden in der digitalen Welt positionieren will. Die Basis dafür habe die erfolgreiche Umsetzung der Strategie „Konzentrieren und gezielt wachsen“ gelegt.

Obermann betonte, die Deutsche Telekom sei 2007 ein gutes Stück auf dem Weg vorangekommen, die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns zu sichern. Das gelte vor allem für das Deutschlandgeschäft. „Nach einem katastrophalen Jahr 2006 sind wir zurück auf der Erfolgsspur im Breitbandgeschäft“, so Obermann. „Unser Marktanteil bei DSL-Neukunden in Deutschland lag für das Gesamtjahr 2007 bei rund 44 Prozent. Im Jahr zuvor war es nicht einmal jeder fünfte Kunde, der sich für unser Angebot entschied, mittlerweile ist es fast jeder zweite.“

Auch das Internet-Fernsehangebot Entertain sei am Markt erfolgreich. „Zur IFA im September 2007 haben wir eine massen-

dem erfolgreichen Start des Community-Angebots MyFaves. Positiv sei auch die internationale Bilanz im Mobilfunk: So habe T-Mobile im Ausland 2007 rund sieben Millionen Kunden gewonnen. Auch T-Systems habe bei den sogenannten Big Deals wieder Fahrt aufgenommen, sagte Obermann.

Vier Kernkompetenzen

„Vorangekommen sind wir aber auch im Hinblick auf die Frage, wie wir unseren Konzern in den nächsten Jahren entwickeln wollen“, fuhr Obermann fort. „In Verbindung mit immer schnelleren Netzzugängen entstehen internetbasierte Produkt- und Serviceangebote für den digitalen Lifestyle – das ist der Kern unseres Ansatz-



Auch in diesem Jahr referierte Telekom-Chef René Obermann auf dem Internationalen Presse Kolloquium wieder vor interessierten Zuhörern.

digitalen Inhalten sowie die Verwaltung und Speicherung ermöglichen, indem wir die notwendigen Plattformen wie IPTV, web'n'walk 3.0 und entsprechende Endgeräte bereitstellen.“

Traditionelle Talkrunde

In der anschließenden traditionellen Talkrunde diskutierten die Teilnehmer, wie sich das Thema „connected life“ in Zukunft konkret gestalten wird. Christopher Schläffer, Group Product and Innovation Officer des Konzerns, nannte drei zentrale Trends, die prägend für die Telekommunikationsbranche der nächsten Jahre sind: Personalisierung, Digitalisierung und Mobilisierung. „Diese Trends greifen wir auf – mit eigenen Angeboten wie Scout24, mit strategischen Investments und durch die enge Zusammenarbeit mit innovativen Unternehmen.“

Ausblick der Vorstände

Am zweiten Tag des Internationalen Pressekolloquiums standen die strategischen Geschäftsfelder im Mittelpunkt. Die Vorstände Reinhard Clemens (T-Systems), Timotheus Höttges (T-Mobile) und Hamid Akhavan (T-Mobile) gaben einen Ausblick auf das Jahr 2008. Clemens erläuterte bei seinem ersten öffentlichen Auftritt als neuer Vorstand, wie er die Geschäftskundensparte der Telekom auf die Erfolgsspur bringen will.

„Wir haben ein Jahr nach dem begonnenen Umbau zu alter Stärke zurückgefunden“, sagte dagegen Höttges, der eine positive Bilanz des Jahres 2007 zog, in dem das Geschäftsfeld alle

Marktanteil von über 40 Prozent realisieren. Wir sind derzeit die Nummer eins auf dem deutschen Breitbandmarkt. Auch die Kundenzufriedenheit ist deutlich gestiegen.“

Kundenbasis gesteigert

Akhavan machte deutlich, dass die Rolle von T-Mobile als internationaler Wachstumstreiber ungebrochen sei. Insgesamt habe T-Mobile seine Kundenbasis um gut zehn Prozent auf rund 120 Millionen gesteigert. Allein im Ausland seien rund sieben Millionen Kunden hinzugekommen. „Für den weiteren Erfolg sind zwei Faktoren entscheidend: Innovation und Qualität“, sagte Akhavan. „Wir bieten den besten Service der gesamten Branche.“ Innovative Produkte und Dienste hätten zudem die Akzeptanz des mobilen Internets deutlich erhöht, so Akhavan. www.telekom.de



Die traditionelle Talkrunde bildete den Abschluss des ersten Tages.

marktfähige Version des interaktiven Internet-Fernsehens an den Start gebracht“, erklärte Obermann. „Per Jahresende hatten wir 150.000 T-Home Entertain Pakete verkauft. Damit liegen wir voll im Korridor unserer Zielsetzung.“

Innovative Akzente

T-Mobile Deutschland könne ebenfalls auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken, vor allem im Bereich der Vertragskunden mit fast einer Million neuen Verträgen. Darüber hinaus habe T-Mobile innovative Akzente im Markt gesetzt – mit der exklusiven Vermarktung des iPhone, der Weiterentwicklung von web'n'walk und

zes eines ‚connected life and work‘, des vernetzten Lebens und Arbeitens.“ Obermann nannte vier Kernkompetenzen, auf die sich die Telekom konzentrieren will, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren: breitbandige Netzzugänge, IP-basierte Kommunikations- und Mehrwertdienste, ein optimiertes Content Management sowie bestangesehene Endkunden-Service.

Keine eigenen Inhalte

Die Telekom werde auch in Zukunft keine eigenen Inhalte produzieren, stellte Obermann klar: „Wir werden unseren Kunden lediglich den bestmöglichen Zugang zu ihren

Studie sagt weiteres dynamisches Wachstum des Breitband-Marktes in Deutschland voraus

Das dynamische Wachstum des Breitband-Marktes in Deutschland wird sich der aktuellen Studie „Deutschland Online“ nach auch zukünftig fortsetzen und in Verbindung mit dem zunehmenden Trend zur mobilen Nutzung des Internets die Entwicklung in Richtung des vernetzten Alltags deutlich fördern. Bis zum Jahr 2015 soll das Wachstum auf knapp 30 Millionen Breitband-Anschlüsse steigen. Auch der mobile Breitband-Internet-Zugang ist den Studienergebnissen zufolge in Zukunft ein selbstverständlicher und allgegenwärtiger Zugang zum Netz. Bis zum Jahr 2015 werden mehr als 20 Millionen mobile breitbandfähige Endgeräte in Deutschland erwartet.

Besondere Herausforderungen sieht die Studie für die Marktanbieter im Angebot kombinierter Produkte sowie im Service zur Wettbewerbsdifferenzierung und im Preiswettbewerb. Nach Einschätzung der Studie wird durch das Breitband-Wachstum die Bedeutung der Informations- und Telekommunikationsbranche für die Gesamtwirtschaft in Deutschland deutlich gestärkt.

Inhaltliche Schwerpunkte der Studie, die im Rahmen des Internationalen Pressekolloquiums der Deutschen Telekom AG in Berlin veröffentlicht wurde, liegen auf den wichtigsten aktuellen Entwicklungen wie dem Breitband-Marktwachstum, auf zentralen Themen für die Anbieter wie Konvergenz, Integration oder Service-Aspekte im Breitband-Markt, auf den aktuellen Trends Mobiles Internet und Digital Life sowie auf einer internationalen Betrachtung der Breitband-Entwicklung. Konzipiert und durchgeführt wurde die Studie „Deutschland Online“ von Prof. Dr. Bernd W. Wirtz, der die Studienreihe seit 2003 begleitet. Die Studie ist eine der umfassendsten kombinierten Experten- und Konsumentenbefragungen, die in Deutschland zum Thema Breitband-Internet durchgeführt werden.



www.studie-deutschlandonline.de



dexxIT nimmt mehr Navis von Mio ins Sortiment

Anfang Februar hat dexxIT in Zusammenarbeit mit der bulltech Distribution GmbH, dem Distributor für Mio-Navigationsgeräte in Deutschland, das Sortiment an Navigationslösungen erweitert. Das Portfolio der neu verfügbaren Mio-Navigationsprodukte reicht von Geräten der Kompakt- bis zur Premiumklasse. Vorerst sind nachfolgende mobile Navigationsgeräte von Mio bei dexxIT zu beziehen, die alle mit Kartenmaterial von West-Europa geliefert werden (die 4,3"-Produkte haben TMC an Bord, eine Aktivhalterung ist inklusive): Mio C23T: ein Kompaktgerät mit 3,5" Farb-Display und TMC; Mio C320TB: Mittelklassegerät mit 4,3"-Display und MP3-Player; Mio C520TB: Premiumgerät mit 4,3"-Display, zusätzlich mit Bluetooth und Freisprechfunktion für das Handy sowie MP3-Player; Mio C620T: das Top-Modell mit der neuen SiRF InstantFix-Technologie für schnelleren GPS-Empfang, dreidimensionalen Höhenkarten und einer 3D-Anzeige regionaler Sehenswürdigkeiten. Kim Mike Weiler, Gründer und Geschäftsführer von bulltech, sieht die neue Kooperation mit dexxIT als einen weiteren wichtigen Schritt zur breiten Verfügbarkeit von Mio-Produkten im Fachhandel, und Hans-Jürgen Schneider, Vertriebsleiter bei dexxIT, meinte: „Mobile Navigationslösungen werden auch 2008 weiter im Trend liegen. Wir freuen uns sehr, unser Sortiment über den Vertriebspartner bulltech mit innovativen Lösungen von Mio ausweiten und dem Fachhandel eine große Produktvielfalt anbieten zu können.“ www.dexxit.de

NovitA stellt auf der CeBIT das neue M2 Navi vor

NovitA stellt auf der CeBIT mit dem M2 ein mobiles Navigationsgerät mit übersichtlichem 4,3"-Touchscreen-Display vor, das mit der aktuellsten Destinator Navigates Software basierend auf Destinator 7 ausgestattet ist. Dank der länderübergreifenden Navigation für West- und Osteuropa ohne Kartenwechsel sowie der einfachen und intuitiven Bedienoberfläche führt das NovitA M2 schnell und direkt zum Ziel. Der UVP für das M2 lautet 199 Euro. Im 118,5 x 91 x 23 mm großen Gehäuse des M2 sind die Antenne und Lautsprecher untergebracht. Durch die Akkulaufzeit von bis zu drei Stunden im Navigationsbetrieb eignet sich das Gerät auch für Motorrad- und Fahrradfahrer sowie Fußgänger. Die Destinator Navigates Software Version 7 umfasst neben Westeuropa nun ab sofort auch die osteuropäischen Staaten, zum Beispiel Ungarn, Polen und Tschechien mit entsprechender Sprachwahl. Europaweit 1,2 Mio. POIs, „Points of Interest“, selbsterklärende Menüs und fingerbedienbare Software-Buttons sowie ein schneller Zugriff auf Adressen aus Verlaufs-, Favoriten- und POI-Listen machen die Bedienung sehr einfach. Dank integriertem Handbuch spricht das NovitA M2

auch Navigationseinsteiger an. Das NovitA M2 bietet ein 4:3-Bildformat auf einem 4,3"-Display sowie eine übersichtliche 2D- und 3D-Kartendarstellung im Tag- oder Nachtmodus. Deutliche Sprachanweisungen ermöglichen eine schnelle Orientierung. Der SD-Kartenslot unterstützt bis zu 2 GB. Im Lieferumfang sind sowohl Netzteil, Autoladekabel, USB Kabel und Fahrzeughalterung bereits enthalten. www.novita.ag

ViaMichelin und Navigon bündeln ihre GPS-Kräfte

ViaMichelin und Navigon haben eine Zusammenarbeit für den französischen Markt vereinbart. Gemeinsam wollen die beiden Unternehmen unter dem Namen ViaMichelin-Navigon portable GPS-Navigationsgeräte (PND) auf den Markt bringen. Die ersten ViaMichelin-Navigon PNDs sollen im Laufe des zweiten Quartals 2008 in Frankreich eingeführt werden. Die Kooperation kann zu einem späteren Zeitpunkt auf weitere Länder in Europa ausgeweitet werden. Die künftigen Navigationsgeräte von Via Michelin-Navigon ermöglichen den einfachen Datenaustausch mit dem Online-Routenplaner www.viamichelin.com, einem der führenden Internetportale rund um Navigation und Reisen:

Damit kann der Anwender seine Reise bequem am Bildschirm bei viamichelin.com planen und dann die Streckendaten oder Adressen mit einem Mausklick auf seinen PND übertragen. „Durch den harten Preiskampf im PND-Bereich lässt sich nur durch hohe Stückzahlen wirtschaftlich produzieren“, sagte Alain Cuq, CEO von ViaMichelin. „Mit Navigon haben wir einen starken Partner gefunden, der den Kunden unsere hochentwickelten Reiseservices auf dem PND zugänglich macht. In Zukunft wollen wir in weiteren Kooperationen diese Angebote für weitere digitale Technologien nutzbar machen.“ www.viamichelin.com

Merian scout bringt Zubehör für den Navigator

Merian scout setzt seinen Weg in der Weiterentwicklung von Navigationsgeräten zu elektronischen Reisebegleitern fort: Auf der CeBIT werden erstmals verschiedene Neuentwicklungen sowie Zusatzprodukte für den Merian scout Navigator präsentiert. Für den Marktstart im Frühjahr 2008 sind zunächst Multimedia-Reiseführer für europäische Reiseziele wie zum Beispiel Paris, Rom, die Toskana oder Mallorca als neue Destinationen für den Reisebegleiter geplant. Wie der Deutsch-

land-Guide von Merian scout Navigator enthalten diese umfassende Texte, Audio-Beiträge und Bilder zu Sehenswürdigkeiten, Restaurants, Hotels usw. aus der Merian- und der Feinschmecker-Redaktion, die mit dem Navigationssystem intelligent verknüpft sind. Die Europa-Reiseführer werden entweder auf SD-Karten für 29,90 Euro inklusive MwSt. erhältlich sein (unverbindliche Preisempfehlung) oder als Internet-Download auf www.merian.de für 14,90 Euro inklusive MwSt. Die Neuentwicklungen von Merian scout führen das Prinzip des Travel Scoutings weiter. Abhängig von der Nutzsituation werden die Inhalte situativ für Endgeräte wie Smart Phones oder Laptops aufbereitet. Auch Variationen des elektronischen Reisebegleiters in neuen Sprachen werden vorgestellt. Der einzigartige Ansatz des Personal Travel Assistant, Reisende in ihren individuellen Bedürfnissen situa-

sagte Harold Goddijn, CEO von TomTom. „Das Straßennetz verändert sich täglich und häufig unerwartet. Deshalb können Navigationsanbieter aktuellste Karten mit diesen Veränderungen nicht bereitstellen. Aber inzwischen können Nutzer ihre eigenen Karten sofort und unkompliziert auf ihrem Navigationsgerät verändern. Darüber hinaus können unsere Kunden auch die Verbesserungen anderer Nutzer empfangen und dadurch von deren Kenntnis des örtlichen Straßennetzes profitieren. Je öfter Nutzer ihr Navigationsgerät mit TomTom Home verbinden, desto aktueller sind ihre Karten. Kein anderer Anbieter von Navigationslösungen bietet seinen Kunden diese einzigartige und effektive Lösung“. Mit mehr als 15 Millionen Mitgliedern hat TomTom die weltweit größte Nutzer-gemeinde mobiler Navigationsgeräte. Über TomTom Home können Anwender alle Kartenverbesserungen der TomTom Map Share-Community für sich nutzen. Mit TomTom Map Share haben Nutzer die Möglichkeit:

- Ihre eigenen Karten direkt auf dem Display ihres Navigationsgerätes zu korrigieren, wenn ihnen unterwegs eine Abweichung auffällt.

- Ihre Daten durch einen regelmäßigen Abgleich mit TomTom Home aktuell zu halten

- Über die Verbindung mit TomTom Home eigene Korrekturen zu melden und alle Verbesserungen der Nutzer-Gemeinschaft herunterzuladen

- Jederzeit auf die industrieweit neuesten Karten zuzugreifen

TomTom Map Share steht auf den Produkten der TomTom GO x20 T-Reihe sowie der TomTom ONE XL T-Serie (Voraussetzung: Kartenversionsnummer 6.75 oder höher) und dem TomTom ONE T 3rd Edition zur Verfügung. Auch Geräte der TomTom GO x10-Serie, der TomTom GO 700, der TomTom GO 500 sowie der TomTom ONE XL und der TomTom ONE 1st- und 2nd Edition sind mit der neuesten Software von TomTom kompatibel. www.tomtom.com

TomTom-Plattform zum Tauschen von Inhalten

TomTom hat eine Plattform zum Tauschen von Inhalten für Navigationssysteme von TomTom vorgestellt. So können Nutzer aus einem großen Angebot verschiedene Navigationsinhalte einfach und unkompliziert up- und downloaden sowie diese mit anderen Nutzern austauschen – kostenfrei. Im Tausch- und Download-Angebot finden sich verschiedenste Inhalte, zum Beispiel individuelle Startbilder, Warntöne,

Stimmen und vieles mehr. Die Plattform ist über die aktuellste Version von TomTom Home zugänglich, die sowohl für PC- als auch für MAC-Nutzer verfügbar ist. Die neue Version wurde entwickelt, um die Navigation innerhalb der TomTom-Community auf eine neue Stufe der Personalisierung zu bringen. www.tomtom.com

Falk Marco Polo integriert die Tips der Reiseführer

Falk Marco Polo Interactive verbessert nicht nur die technischen Features seiner Navigationsgeräte, sondern auch deren Content. Dabei setzt das Unternehmen vor allem auf Synergieeffekte im eigenen Haus: So werden die Tips der Marco Polo Reiseführer auf den neuen Geräten zu finden sein, und die Millionen von POIs (Points of Interest), die die Website www.falk.de anbietet, lassen sich als Routenpunkt auf die Navigationsgeräte laden. Auf der CeBIT wird eine neue Generation der Navis vorgestellt: Die ultrafache F-Serie wird erweitert, und die Reise-Navigationsgeräte aus der neu geschaffenen Falk M-Serie Marco Polo Edition knüpfen eng an die beliebte Reiseführerreihe an. Zudem gibt es Ende April für die Handynavigations-Lösung Falk activepilot eine neue, verbesserte Softwareversion. <http://navigation.falk.de>

iPublish startet neues Fachhandelsprogramm

iPublish, Anbieter des Merian scout Navigators, startet ab sofort ein mehrstufiges Partnerkonzept für Fachhändler. Dessen Ziel ist es, Vertriebspartner zu gewinnen und sie bei der Vermarktung des Merian scout Navigators zu unterstützen. Das neue Konzept bietet neben attraktiven Margen vielfältige Lösungen für die Partner. Im Vordergrund steht eine flexible, auf die unterschiedlichen Bedürfnisse des Handelspartners angepasste Unterstützung bei der Präsentation des Merian scout Navigators, den Zusatzprodukten und Zubehörteilen. Händler erhalten unter anderem umfangreiche PoS-Materialien wie Produktposter, Broschüren, Roll-up Displays und modulare PoS-Säulen. Darüber hinaus bietet iPublish individuell abgestimmte Produktschulungen. Qualifizierte Promotorteamer sollen für hohe Aufmerksamkeit vor Ort sorgen und den Merian scout Navigator in Szene setzen. „Mit unserem neuen Channelprogramm richten wir uns vor allem an den beratenden Fachhandel und unterstützen diesen effizient. iPublish stellt sich voll und ganz hinter seine Partner und nimmt bewusst Abstand von einer preisaggressiven Internetvermarktung“, so Dirk Reusch, Director Sales von iPublish. „Unsere Partner erzielen nicht nur attraktive Margen, sondern profitieren zudem vom Folgegeschäft in Form zusätzlicher Reiseführer auf SD-Karte für europäische Urlaubsdestinationen. Darüber hinaus unterstützen wir den Handel mit deutschlandweiten Werbe- und PR-Aktivitäten in tagesaktuellen Medien sowie der Publikums- und Fachpresse.“ www.merian.de

Strada

ZIELSICHER ANKOMMEN

Panasonic
ideas for life

TMC
TRAFFIC MESSAGE CHANNEL

CN-GP50 – Erstes mobiles Navigationssystem mit gigantischem 5" Breitbild-LCD-Bildschirm. Einfache Bedienung. Hoher Leistungsumfang. Mobile Digital Networking.

www.panasonic.de

tionsbezogen und technisch optimal zu unterstützen, wird so vorausschauend umgesetzt. Diese Form der elektronischen Reisebegleitung stellt durch die intelligente Verknüpfung von Technik und anregenden Reiseinformationen die Weiterentwicklung von herkömmlicher Navigation zum Travel Scouting dar. www.merian.de

TomTom Nutzer melden eine Mio. Verbesserungen

TomTom hat bekanntgegeben, dass die Nutzer von TomTom Map Share seit dem Start im Juli 2007 mittlerweile eine Million Kartenverbesserungen gemeldet haben. Seit TomTom Map Share verfügbar ist, haben sich mehr als eine halbe Million Nutzer der Map Share-Community angeschlossen. TomTom Map Share sorgt nach Unternehmensangaben dafür, dass Fahrer stets mit den industrieweit aktuellsten und genauesten Karten unterwegs sind. Bei TomTom Map Share handelt es sich um eine patentierte Technologie zur Verbesserung von digitalen Karten, die ausschließlich von TomTom angeboten wird. „Es freut uns sehr zu sehen, dass TomTom Map Share so intensiv von unserer Community genutzt wird“,



Studie untersucht Einfluss von Navigationssystemen auf Fahrzeug-Restwert

Navteq führt zusammen mit Eurotax Glass's eine Studie über den Einfluss von Navigationssystemen auf den Restwert von Fahrzeugen durch. EurotaxGlass's gilt als führender Anbieter von Daten, Lösungen und Business Intelligence Services für die europäische Automobilwirtschaft. Im Rahmen der Untersuchung wird die Entwicklung des Wiederverkaufswerts von Fahrzeugen in Verbindung mit Navigationssystemen über den Zeitraum von drei Jahren regelmäßig überprüft. Derzeit wird die erste Untersuchung in Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, Niederlande, Spanien und Großbritannien durchgeführt. 2009 und 2010 wird die Befragung wiederholt, um Veränderungen und Entwicklungen festzustellen sowie Ergebnisse und Empfehlungen auf den neuesten Stand zu bringen. In Zusammenarbeit mit Automobilherstellern unterstützt Navteq die Entwicklung und Einführung fest im Fahrzeug installierter Navigationssysteme. Immer mehr Fahrzeuge sind mit der Technologie von Werk ab ausgestattet, so dass sich der aktuelle Jahresabsatz auf mehr als zwei Millionen beläuft. Umsatzprognosen untermauern den Trend, dass Navigationssysteme stets erschwinglicher werden und inzwischen unterschiedliche Preisklassen

bedienen. Der Qualität und Präzision von digitalen Karten werden auch in Zukunft eine wichtige Rolle beigemessen, da sie die technische Leistungsfähigkeit des Navigationssystems, das Fahrverhalten und somit auch die allgemeine Zufriedenheit des Fahrers beeinflussen. Auf Grund der Nachfrage durch Kunden und den Kosten, die sich derzeit bei etwa drei bis sechs Prozent des Anschaffungspreises belaufen, sind vom Werk fest installierte Navigationssysteme in der gesamten Wertschöpfungskette in der Automobilindustrie von Bedeutung – sowohl für den Hersteller und den Händler als auch den Autovermieter und den Gebrauchtwagenhändler. Der Einfluss der Systeme auf den Restwert und die Gesamtkosten (TCO, Total Cost of Ownership) wird oft unterschätzt – was eine Kaufentscheidung negativ beeinflussen könnte. www.navteq.de

Drahtloser GPS Logger M-241 von Holux zeichnet Koordinaten in Echtzeit auf

Der neue drahtlose GPS Logger M-241 von Holux ermöglicht die Aufzeichnung von Koordinaten in Echtzeit und bietet einen leicht zu benutzenden Reiseprotokollierungsdienst. Der M-241 kann bis zu 130.000 Positionen mit Längengrad, Breitengrad, Zeit und Höhe aufzeichnen. Die Logdatei des Gerätes kann für eine Analyse über eine USB-

„Dual View“-Display von Bosch zeigt zwei unterschiedliche Bilder gleichzeitig

Das neue „Dual View“-Display von Bosch kann auf einem Monitor zwei unterschiedliche Programme darstellen. Der Blickwinkel auf das Display entscheidet, welches von beiden man sieht. So verfolgt der Fahrer beispielsweise grafische Navigationshinweise, während vom Beifahrersitz aus auf dem gleichen Bildschirm ein Film zu sehen ist. Zwei unterschiedliche Bilder laufen also über einen einzigen Bildschirm. Der „Dual View“-Monitor besteht aus einem hinterleuchteten Farb-Aktivmatrix-Display und einer speziellen Maske, die vor der Flüssigkristallschicht angebracht ist. Die Bilder für den Aufsichtswinkel von rechts und links werden zeitgleich angezeigt, jedoch gezielt auf nebeneinander liegenden Bildpunktspalten verteilt. Denn die Maske ermöglicht je nach Betrachtungs-

winkel die Sicht auf nur jene Pixelspalte, die entweder das rechte oder das linke Bild bestimmen. Dementsprechend setzt sich das Bild für den Betrachter nur aus jedem zweiten Pixel zusammen, so dass sich die horizontale Displayauflösung halbiert – aus einer Nennauflösung von zum Beispiel 800 x 480 Punkten stellt „Dual View“ jedes der beiden Bilder mit 400 x 480 Punkten dar. Bereits die nächste Generation des „Dual View“-Displays soll aber jedem Bild eine Auflösung von 800 x 480 Punkten bieten. Die „Dual View“-Einheit benötigt nicht mehr Platz als ein üblicher Monitor. Damit können Automobilhersteller einen Bildschirm nach bisheriger Bauart etwa als Grundausstattung anbieten und „Dual View“ als optionale Zusatzausstattung. www.bosch.de



Verbindung an den PC übertragen werden. Dank der verwendeten Standardformate können die Logdateien auch von vielen Onlinediensten wie etwa Google Earth korrekt interpretiert werden. Die aufgezeichneten Positionen können auch mit den aufgenommenen Fotos einer Digitalkamera kombiniert werden, um so einen geo-



grafisch akkuraten illustrierten Kursverlauf wiedergeben. Somit können Wanderrouen oder Reisewege nachverfolgt und optimiert werden. Auf dem LCD-Display des Loggers können zu jeder Zeit die Positionsinformation, Bewegungsgeschwindigkeit, der freie Speicherplatz für die Aufzeichnung und Datum/Uhrzeit direkt kontrolliert werden. Der M-241 unterstützt die Aufzeichnungsmodi Entfernung und Zeit, die Längeneinheiten Kilometer und Meilen. Der M-241 bietet außerdem eine Bluetooth-Schnittstelle. Der Holux GPS-Logger M-241 ist für 99 Euro (UVP) erhältlich. www.holux.de

Indien, Mexico, Südafrika, Simbabwe, Namibia, Mosambik, Swasiland, Lesotho, Botswana, Russland, Slowenien, Türkei, Kroatien, Chile. Für die neu vorgestellten Gebiete nutzt Wayfinder TeleAtlas Kartenmaterial, mit Ausnahme von Indien mit Material von MapmyIndia, Chile von Dmapas und Slowenien mit Material von Monolith. www.wayfinder.com

SiRFInstandFixII verkürzt Inbetriebnahmezeiten von Navigationssystemen

SiRF Technology Holdings, US-amerikanischer Anbieter von GPS-basierten Standortinformationsplattformen, hat eine autonom arbeitende Version seiner SiRFInstandFix-Technologie entwickelt. SiRFInstandFixII verkürzt die Inbetriebnahmezeiten von PNDs (Portable Navigation Devices) und anderen mobilen Navigationsgeräten. Eine Verbindung zu einem Funknetz, das Unterstützung bietet oder Updates zur Verfügung stellt, ist dazu nicht erforderlich. SiRFInstandFixII ist ab sofort sowohl für SiRFstarIII-GPS-Receiver als auch für die SiRFAtlas- und SiRFitan-Multifunktionsnavigationssysteme erhältlich. Durch den Einsatz der Technologie lassen sich GPS-Inbetriebnahmezeiten von fünf Sekunden erreichen, bei gleichzeitig ausgezeichneter Genauigkeit der Positionsbestimmung. SiRFInstandFixII erreicht dies durch die Verwendung ausgeklügelter und zum Patent angemeldeter Algorithmen, mit deren Hilfe das PND das Verhalten sichtbarer GPS-Satelliten modellieren und deren Position im Orbit für einen Zeitraum bis zu drei Tagen vorhersagen kann. SiRFInstandFixII verfeinert diese Berechnungen laufend auf Basis von Daten, die von den Satelliten bei der Benutzung des PNDs zur Positionsbestimmung übertragen werden. In Deutschland, Österreich und der Schweiz wird die SiRFInstandFixII-GPS-Technologie im Laufe dieses Jahres auf neuen Produkten des Herstellers Mio Technology verfügbar sein. www.sirf.com

Pioneer beweist mit Hybrid-Navigationssystem erneut seine Innovationskraft

Mit einer ganz neuen Generation von Navigationssystemen hat Pioneer erneut seine Innovationskraft unter Beweis gestellt: Das weltweit erste Hybrid-Navigationssystem AVIC-F500BT verbindet die Vorteile einer Werksnavigation mit dem Nutzen eines portablen Gerätes. Das Gerät lässt sich mit jedem vorhandenen Audiosystem vernetzen und ist sofort als Navigationssystem, Bluetooth-Freisprecheinrichtung und 4 x 50 Watt Mosfet-Verstärker nutzbar. Über das 5,8 Zoll große Touchscreen-Display lassen sich dabei alle Funktionen komfortabel steuern. Pioneer präsentiert das Gerät als exklusive Europapremiere auf der CeBIT.

Das Touchscreen-Display des AVIC-F500BT bietet 800 x 480 Pixel Auflösung und eine besonders detaillierte Karten- und 3D-Darstellung. Der abnehmbare Monitor ist mit einer fest im Fahrzeug installierten Blackbox verbunden. Über das intuitiv bedienbare Touchscreen-Interface lassen sich Navigation, Bluetooth-Handy und eine Vielzahl an Unterhaltungsmedien steuern. Der in der Blackbox integrierte 4 x 50 Watt Mosfet-Verstärker gibt alle Audiosignale der portablen Einheit direkt auf die Autolautsprecher und schaltet das Werksradio automatisch bei Navigationsansagen stumm.

Die Navigationsfunktionen des AVIC-F500BT umfassen ein mehrsprachiges User-Interface mit Sprachausgabe, TMC sowie eine Text-to-Speech-Funktion, die Ortsangaben in die Navigationshinweise einbindet. Das Kartenmaterial für 29 europäische Länder ist im integrierten Flash-Speicher bereits installiert. Eine Vielzahl von A/V-Eingängen kann für Entertainment genutzt werden: So lassen sich iPods nicht nur komplett über das Display des Navigationssystems steuern, auch



Musik-Dateien und Video-Inhalte sind bequem abrufbar. Darüber hinaus können Media-Player ebenso einfach angeschlossen werden wie SD-Speicherkarten und USB-Sticks. Alle Audio-Inhalte – inklusive Musik – werden dabei automatisch dank des hochwertigen Pioneer-Verstärkers mit maximaler Qualität über die Fahrzeug-Lautsprecher wiedergegeben.

Die Bildschirmeinheit lässt sich auch als portabler Multimedia-Player ortsunabhängig einsetzen – so stehen Videos und Musik immer und überall an jedem Ort zur Verfügung. Der Prozessor des Systems ist so leistungsfähig, dass Funktionen wie iPod-Playback und Navigation nicht nur gleichzeitig genutzt werden können, sondern zusätzlich eine optionale Rückfahrkamera unterstützt wird – ebenfalls eine Weltneuheit für portable Navigationssysteme. Außerdem trägt

das AVIC-F500BT zu einer Erhöhung der Fahrzeugsicherheit bei: zum einen durch die Übertragung des rückwärtigen Videobilds auf das Display, zum anderen durch die integrierte Bluetooth-Freisprecheinrichtung. Die Übertragung des Gesprächs erfolgt dabei in hervorragender Qualität über die Fahrzeuglautsprecher. Darüber hinaus bietet das Gerät innovative Funktionen zur Personalisierung: So lassen sich z. B. selbst angelegte Playlisten nutzen oder eigene Points of Interest (POIs) über eine web-basierte Anwendung auf den Navigationskarten erstellen.

Das Hybrid-Navigationssystem Navgate AVIC-F500BT wird im zweiten Quartal erhältlich sein. Die unverbindliche Preisempfehlung wird zur Markteinführung auf der CeBIT bekanntgegeben. www.pioneer.de

Sprachsteuerung auf neuem Qualitätsniveau

Bury stellt die CC 9060 vor

Bury Technologies hat sein Sortiment um eine Freisprecheinrichtung mit optimaler Spracherkennungsqualität erweitert. Die CC 9060 mit DialogPlus-Sprachsteuerung, die auf der Profi-Software VoCon von Nuance basiert, fällt vor allem durch eine hochpräzise und reaktionsschnelle Worterkennung sowie ihr modernes Design auf. Die Bluetooth-Freisprecheinrichtung lässt sich zuverlässig mit der Stimme oder alternativ über den hochsensiblen Farb-Touchscreen steuern. Bury hat mit dem neuen Gerät einen weiteren Schritt auf dem Weg vollzogen, alle wichtigen Funktionen für optimalen Bedienkomfort und Sicherheit am Steuer in einem Gerät zu vereinen.

Die CC 9060 zeichnet sich durch eine auffallend exakte Worterkennung aus und ist sofort ohne Sprachtraining einsatzbereit. „Ein besonderes Kennzeichen der neuen Freisprechanlage ist darüber hinaus, dass man Namen

Nutzer ein Gespräch führen, braucht er im Modus Sprachsteuerung lediglich den Namen der entsprechenden Person auszusprechen, damit die Verbindung hergestellt wird. Dabei kommt dem Gerät die hohe Qualität der Software zugute. „Es spielt keine Rolle, wie kompliziert der Name eines Telefonbucheintrages ist oder wie schnell eine zu wählende Nummer angesagt wird, unser neues Sprachgenie erkennt die Eingabe und setzt diese zuverlässig um“, betonte Bury.

Über 150 Sprachbefehle

Die CC 9060 kann über 150 Sprachbefehle und bis zu 150 vom Benutzer festgelegte Voice-Tags in Aktionen umsetzen. Das Gerät antwortet direkt und zeigt die Ausführung der Kommandos synchron im Display an. Anfän-

gern gibt es eine akustische Hilfestellung durch Auflistung der möglichen Sprachbefehle. Wenn die akustische Unterstützung nicht mehr benötigt wird, lässt sie sich einfach ausschalten. Da die CC 9060 Englisch und Deutsch (geplant sind außerdem Französisch, Italienisch, Spanisch, Portugiesisch und Niederländisch) versteht, kann der Fahrer innerhalb weniger Sekunden zwischen den einzelnen Sprachen wechseln.

Neuen Standard gesetzt

„Die Bezeichnung sprachgesteuerte Freisprecheinrichtung wird unserem Kommunikationsgenie nicht annähernd gerecht. DialogPlus-Sprachsteuerung bezeichnet die hochpräzise und reaktionsschnelle Worterkennung, bei der kein Stimmtraining erforderlich ist“, erläuterte Bury. „Mit der CC 9060 setzen wir im Bereich Spracherkennung einen neuen Standard.“

Die CC 9060 liest SMS dank der Text-to-speech-Funktion klar und verständlich vor. Und das in hervorragender Audioqualität, da das Gerät an das fahrzeugeigene Soundsystem angeschlossen werden kann. Die Hände können währenddessen am Steuer und der Blick auf die Straße gerichtet



Im Nachtmodus kann der Nutzer verschiedene Farbkombinationen wählen.

bleiben. Eingehende SMS werden auf dem Display angezeigt. Der Fahrer kann sich diese auf Wunsch sofort vorlesen lassen. Das Gerät kennt alle gängigen Abkürzungen und liest diese als „ausgeschrieben“ Wort vor. Es können bis zu 100 SMS gespeichert werden. Beim Telefonieren wird das Radio dann automatisch stumm geschaltet. Bei einem eingehenden Anruf sagt das Gerät den Namen des Anrufers an und zeigt diesen gleichzeitig im Display an, sofern der Anrufer im Telefonbuch gespeichert ist. Ist dies nicht der Fall, erscheint nur die Anzeige der Nummer auf dem Display. Per Sprachbefehl kann der Anruf angenommen oder abgelehnt werden. Die automatische Anrufannahme ist ebenfalls möglich.

2,8-Zoll-Farbdisplay

Das Gerät lässt sich komplett über Sprachbefehle bedienen. Wer jedoch lieber auf visuelle Unterstützung setzt, kann alle Funktionen auch über den hochsensiblen Touchscreen auswählen. Das 2,8 Zoll große Farbdisplay passt sich automatisch den Lichtverhältnissen an und schaltet entsprechend auf Tag- oder Nacht-Modus um. In jedem Modus kann der Nutzer verschiedene Farbthemen je nach Geschmack auswählen.

„Wir haben es uns als Ziel gesetzt, eine Freisprecheinrichtung mit exzellenter Spracherkennungsqualität zu entwickeln, die alle anderen sprachgesteuerten Geräte übertrifft. Um den hohen Qualitätsanspruch zu erfüllen, mussten wir sicherstellen, dass konstante Nebengeräusche durch Lüftung oder Fahrgeräusche zuverlässig herausgefiltert werden. Selbst bei



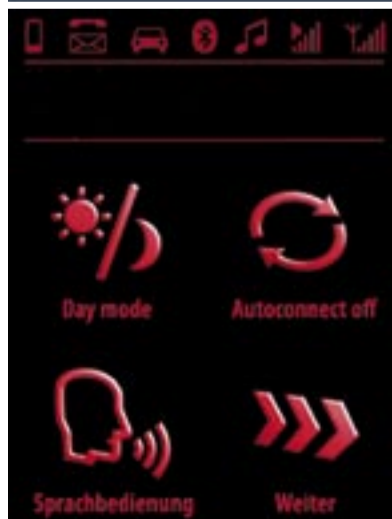
Für die Vermarktung des neuen Gerätes stellt Bury Technologies dem Handel unter anderem Flyer zur Verfügung.

einer Geschwindigkeit von 180 Kilometern pro Stunde muss das Gerät mindestens 95 Prozent der Sprachbefehle erkennen“, so Bury. „Die CC 9060 erfüllt diese Anforderungen und bietet ein Höchstmaß an Bedienkomfort und Sicherheit beim Fahren.“ www.bury.com



Sobald das neue CC 9060 von Bury Technologies mit einem Mobiltelefon gekoppelt wird, stehen sämtliche Funktionen bereit. Der Startbildschirm verändert sich dementsprechend.

direkt aus dem Telefonbuch wählen kann“, so Geschäftsführer Henryk Bury bei der Präsentation des Gerätes vor Fachjournalisten und Handelspartnern. Bei der ersten Kopplung mit einem Mobiltelefon wird dessen gesamtes Telefonbuch heruntergeladen und auf dem Gerät gespeichert. Bei erneuter Kopplung werden die Daten abgeglichen und gegebenenfalls aktualisiert. Die CC 9060 kann bis zu zehn Benutzerprofile mit insgesamt 15.000 Telefonbucheinträgen speichern. Will der



Übersichtliche Bedienoberflächen erleichtern die Nutzung des Touchscreen-Displays. In jedem Modus kann der Nutzer verschiedene Farbthemen nach seinem Geschmack auswählen.

Guide + Play GPS-810 von Harman Kardon

Harman Kardon hat das neue Guide + Play GPS-810 vorgestellt, das dem Nutzer die Kontrolle über die nächste Kreuzung, den nächsten Musiktitel, das nächste Video, das nächste Foto und das nächste Telefongespräch gibt. Das Harman Kardon Guide + Play GPS-810 ist laut Hersteller das ultimative All-in-one-Navigations- und Multimediasystem sowohl für den Gebrauch im Fahrzeug als auch außerhalb.

Das Gerät wird mit einer einzigartigen und vollkommen neuen, kabellosen Fernbedienung geliefert. Diese batteriebetriebene Bedieneinheit in Form eines Controller-Rads kann an jeder gewünschten Stelle im Fahrzeug angebracht werden und ermöglicht dort eine neue Art der Steuerung; für das Navigationssystem ebenso wie für Mediaplayer und Handys mit Bluetooth-Verbindung – bequem, intuitiv und vor allem sicher. Wer das Guide + Play GPS-810 außerhalb des Fahrzeugs benutzen oder trotz der Vorteile auf den Controller verzichten möchte, kann das Gerät auch über den großen 4,3-Zoll-Touchscreen steuern.

Im Gegensatz zu herkömmlichen tragbaren Navigationssystemen verwendet das GPS-810 eine offene, auf dem Harman Kardon Net basierende Systemarchitektur.

So können künftig zusätzliche Elemente des Harman Kardon Car-Entertainments und deren Steuerung über die Benutzeroberfläche und das kabellose Controller-Rad eingebunden werden. Die neue tragbare Halterung mit integrierten Docking-Schnittstellen erlaubt einfache und störungsfreie Systemverbindungen.

Auf dem internen 2-GB-Flash-Speicher des GPS-810 ist Kartenmaterial von 38 europäischen Ländern bereits ab Werk installiert. Das Gerät ist deshalb sofort nach dem Einschalten einsatzbereit. Die hochwertige Darstellung der hochauflösenden 2- und 3-D-Karten mit Anti-aliased-Grafiken (Kantenglättung) auf dem leuchtstarken WQVGA Display erleichtert das Lesen der

Karten. Die 530-MHz-ARM11-CPU und das SiRFstarIII-GPS-Chipset sorgen für schnelle und genaue Zielführung. Verkehrstaus können mit den Guide + Play-Systemen dank TMC (Traffic Message Channel)-Empfänger mit



der in das Ladekabel integrierten aktiven FM-Antenne umfahren werden. Die Informationen über die Verkehrslage werden kontinuierlich aktualisiert und bei Bedarf in einer speziellen Ansicht dargestellt.

Musik, Videos, Fotos

Der in das GPS-810 integrierte Musikplayer unterstützt aktuelle MP3-, WMA- und M4A(AAC)-Formate und ermöglicht das

Durchsuchen der Musiksammlung nach Playlist, Genre, Album, Künstler, Titel oder Dateiorbiter. Mit dem Click-Wheel am Gerät oder dem Steuerrad können die Nutzer durch vollfarbige Albumcover browsen sowie bequem Lautstärke und Helligkeit anpassen. Auch während Musik abgespielt wird, bleiben wichtige Navigationsinfos sichtbar und sind durch einfachen Click zugänglich. Auch die Wiedergabe von Videos mit MPEG-4-, WMV9- und H.264-Kodierung ist mit dem Guide + Play GPS-810

möglich, ebenso wie das Abspielen von Diashows von Fotos im JPEG-Format. Die Mediadateien können auf SD- oder SDHC-Karten gespeichert und über den Windows Media Player mit den Daten auf einem PC synchronisiert werden. Mit Windows Media DRM 10 enkodierte Musik- und Videodateien werden ebenfalls unterstützt.

Hochwertige Audioverbindungen werden durch den integrierten drahtlosen FM-Transmitter und in

die Halterung eingebaute Line-Level-Ausgänge sichergestellt. Die Ausgabelautstärke von Navigation, Handy oder Mediaplayer lässt sich individuell regeln.

Bluetooth-Funktion

Dank der Bluetooth-Funktion des Guide + Play GPS-810 hat der Fahrer beim Telefonieren die Hände frei. Das Gerät greift auf das Handytelefonbuch des Nutzers zu und arbeitet mit eingebauten Dual-Noise-Cancelling-Mikrofonen zur Verringerung der Umgebungsgeräusche. Anrufinformationen werden während der Navigation auf dem Kartendisplay angezeigt.

Lieferumfang

Im Lieferumfang des GPS-810 enthalten sind das kabellose Controller-Rad, eine handliche, zusammenklappbare Halterung mit integrierten Docking-Ports, Ladekabel für Auto- und Netzstrom sowie ein hochwertiges Lederetui. Das Gerät ist ab sofort erhältlich.

Für März hat Harman Kardon weitere Navigationsgeräte angekündigt. www.guideandplay.eu

Pos Aktuell

Vodafone stellt die UltraCard vor

Vodafone stellt auf der CeBIT die UltraCard vor. Mit ihr lassen sich bis zu drei Endgeräte, beispielsweise ein Autotelefon, ein BlackBerry und ein Handy, gleichzeitig unter einer Rufnummer nutzen. Eingehende Anrufe werden von allen Endgeräten parallel signalisiert. Für den SMS-/MMS-Empfang kann ein beliebiges Mobil-

telefon flexibel festgelegt werden. Mit der Vodafone UltraCard ist es möglich, gleichzeitig unter einer Rufnummer mit dem Notebook im Internet zu surfen, E-Mails auf dem BlackBerry zu versenden und mit dem Handy zu telefonieren. Die UltraCard hat laut Anbieter den Vorteil, dass der Kunde in jeder Situation flexibel das für ihn am besten passende mobile Endgerät nutzen kann. Der Wechsel zwischen den Endgeräten ist einfach und intuitiv. Für die UltraCard berechnet der Düsseldorfer Netzbetreiber pro Karte einmalig 30 Euro. Sie wird voraussichtlich ab dem 1. August buchbar sein. www.vodafone.de

HFO Telecom AG stellt „HFO Home Europe“ vor

Die HFO Telecom AG bringt mit „HFO Home Europe“ eine weitere Version des Tarifmodells „HFO Home“ auf den Markt. Für 19,95 Euro im Monat können HFO-Kunden sämtliche Gespräche ins deutsche Festnetz sowie – und das ist neu – auch in viele andere Länder kostenlos und unbegrenzt führen. Wie bei den anderen Tarifvarianten „HFO Home Classic“ und „HFO Home“ ist auch hier die Grundgebühr bereits im Preis enthalten. Die neue Flatrate für die Auslandsgespräche umfasst Telefonate in die Länder der EU, aber auch in die Türkei, Ukraine, Kanada oder die USA. „HFO Home Europe“ garantiert in der O₂ Homezone von HFO Mobile neben kostenlosen Orts- und Ferngesprächen ins deutsche Festnetz auch faire Konditionen für Telefonate in die Mobilfunknetze und für weitere Dienste. So zahlt man für Gespräche ins Mobilfunk-Netz von O₂ Germany 19 Cent/Min., telefoniert man zu D1, D2 oder E-Plus, werden 29 Cent/Min. fällig. Die gewohnte Ortsnetzrufnummer kann dabei übernommen werden und ist inklusive. Ebenfalls kostenfrei ist die Abfrage der persönlichen Mailbox von zu Hause aus. Wer von seinem Endgerät aus SMS verschicken kann, der zahlt hierfür 19 Cent/SMS. Der Tarif hat keinen Mindestumsatz. Als einmaliger Bereitstellungspreis werden für „HFO Home“ 25 Euro erhoben. Nutzt man „HFO Home“ außerhalb der O₂ Homezone von HFO Mobile, so gelten teilweise andere Tarife. Die Vertragslaufzeit beträgt 24 Monate, die Taktung erfolgt minutengenau. www.hfo-telecom.de

Bei ENO geht es in diesem Jahr sportlich zu

Bei ENO ist in diesem Jahr Teamgeist gefragt, denn alles dreht sich um den Sport. Die Nordhorer setzen im Jahr der Olympischen Spiele, der Fußball- und Handball-EM auf sportive Themen. Sport auf allen Ebenen – vom Sofa, im Stadion, als Sponsor-Paket, für Fachhändler, für Endkunden, für Trainierte und Untrainierte, Profis und Starter. Es wird 2008 nach Preisen geangelt, auf Jagd nach Trophäen gegangen, Golden Goals werden geschossen, Trikots getauscht, der ENOlymp erklommen und vieles mehr. Sportlich fair geht es bei den Nordhornern schon immer zu. Bernd Horstmann, geschäftsführender Gesellschafter von ENO, ist nicht nur der Halter mehrerer Weltrekorde im Schwimmen. Er trug auch bereits zweimal das olympische Feuer. Fairer Umgang mit allen Partnern ist für ihn und Ronald Bulla, Geschäftsführer von ENO, eine Selbstverständlichkeit. Die sportiven Aktionen sind stets online unter www.eno.de zu finden. Natürlich geben die persönlichen Ansprechpartner unter der Hotline 05921/877-440 immer schnell Auskunft. www.eno.de

debitel unterstützt Children for a better World

Mit einer Spende in Höhe von 20.000 Euro fördert der führende Telekommunikationsvermarkter debitel die Kinderhilfsorganisation Children for a better World. Verleger Dr. Florian Langenscheid, zugleich Mitbegrün-

freenet verkauft jetzt auch bundesweit Strom

Ab sofort bietet freenet bundesweit exklusive Strom-Produkte an. In Zusammenarbeit mit der Bonus Strom GmbH werden die Angebote „freenetStrom Öko-Tarif“ und „freenetStrom Clever-Tarif“ in den über 370 freenet-mobilcom Shops, im Fachhandel sowie über den Direktvertrieb und Promotions bereitgestellt. Sparen können alle, die zu dem überwiegenden Teil der deutschen Bevölkerung gehören, die einen allgemeinen Grundversorgungstarif eines örtlichen Stromanbieters haben und etwas für die Umwelt tun wollen: Bei freenetStrom steht der Öko-Strom im Vordergrund, der ausschließlich aus erneuerbaren Energien besteht und zu 100 Prozent CO₂-frei ist. Der freenetStrom Öko-Tarif kostet monatlich 7,90 Euro, und der verbrauchte Strom 19,90 Cent pro Kilowattstunde (Arbeitspreis). Je nach Jahresverbrauch erhält der Kunde zusätzlich einen Bonus für sein Umweltengagement auf seiner Jahresabrechnung gutgeschrieben. 25 Euro bei einem Verbrauch zwischen 2.000 und 4.000 kWh/Jahr; liegt der Verbrauch über 4.000 kWh/Jahr, beläuft sich der jährliche Bonus auf 50 Euro. Beim freenetStrom Clever-Tarif spart der Kunde immer: Das Unternehmen berechnet den Grundpreis, den der Kunde bei seinem jetzigen Versorger zahlt, unterbietet diesen aber beim Arbeitspreis pro Kilowattstunde immer um einen Cent. www.freenet.de

der der Organisation, nahm am 19. Februar von Oliver Steil, dem Vorstandsvorsitzenden der debitel AG, einen Spendenscheck entgegen. debitel weitet damit sein soziales Engagement für bedürftige Kinder aus. Seit Sommer 2007 unterstützt das Stuttgarter Unternehmen das Programm „Lichtpunkte“ der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) gegen Kinderarmut. Bei „Children for a better World“ fließt die debitel Spende direkt in die Initiative „Jugend hilft!“. Kinder und Jugendliche, die sich sozial engagieren, erhalten von dieser Initiative für ihre Projekte eine finanzielle Unterstützung. Das Geld für die Spende von 20.000 Euro hat debitel gesammelt,

indem das Unternehmen in der Weihnachtszeit auf Geschenke an seine Kunden verzichtete. „Aktuelle Medienberichte zeigen immer wieder, dass Kinder und Jugendliche dringend unsere Unterstützung brauchen“, sagte Steil. „Wir sehen uns daher als großes Unternehmen in der Verantwortung und freuen uns über die Zusammenarbeit mit der Hilfsorganisation Children for a better World.“ Langenscheid, Vorstandsvorsitzender der Hilfsorganisation, nahm die Spende dankend entgegen. „Für Unternehmen wollen wir Ansprechpartner und Berater für soziales Engagement sein“, betont der Verleger. www.debitel.de



Die vom 4.3.–9.3.2008 stattfindende CeBIT präsentiert sich als weltgrößte Veranstaltung für die High-Tech-Branche in diesem Jahr mit den zentralen Bereichen „Business Solutions“, „Public Sector Solutions“, „Home & Mobile Solutions“ sowie „Technology & Infrastructure“. Schwerpunkte werden unter anderem neue technische Trends für Anwendungen im Office- und Home-Umfeld sein. Mit dem speziell für den Handel konzipierten und auch nur für ihn zugänglichen Bereich „Planet Reseller“ will die Messe der permanent wachsenden Bedeutung des Handels Rechnung tragen.

Aussteller- und Produktsuche online

Um den Messebesuch richtig planen zu können und Laufwege zu optimieren, bietet die Messe Hannover jetzt eine Aussteller- und Produktsuche über das Internet. Damit hat der Händler die Möglichkeit, seinen CeBIT-Aufenthalt optimal zu planen und seine Zeit auf dem Messegelände Hannover effizient zu nutzen. Nach einer kurzen Registrierung könne man im Messeplaner seine persönlichen Themen-, Tages- und Laufpläne bereits zu Hause anlegen und anschließend für den Einsatz auf der Messe ausdrucken.

<http://info.cebit.de>

Buffalo Technology

Erstmals schlägt Buffalo Technology bei der CeBIT seine Zelte in der „Planet Reseller“-Area in Halle 25 auf, passend zu einem der Produktschwerpunkte auf professionellen Speicher- und Netzwerklösungen für Business-Umgebungen. So zeigt das Unternehmen neben dem ersten externen Kombi-Laufwerk, das sowohl Blu-ray als auch HD-DVD unterstützt, seinen ersten Netzwerkspeicher für den Serverschrank, die TeraStation Pro II Rackmount. Für den Heimbereich zeigt Buffalo unter anderem den Neuzugang der Link-Theater-Serie, einen HD-fähigen Mediaplayer für Einsteiger. Die TeraStation Pro II Rackmount ist Buffalos erster Netzwerkspeicher für den 19-Zoll-Serverschrank, der mit seinen bis zu vier Terabyte Speicherkapazität und diversen RAID-Modi speziell auf die Bedürfnisse von KMUs ausgerichtet ist.

Planet Reseller H25/Stand C120

www.buffalotech.de

Casio

Mit der konzeptionellen Neuausrichtung der CeBIT stellt Casio auf der Messe seine B2B-Produktbereiche Handy Terminals und Projektoren in Halle 7 vor. Im Rahmen einer Business Lounge in Halle 7, die dem Thema „Professional Output“ gewidmet ist, bietet Casio seinen Geschäftspartnern, Kunden und Interessenten die Möglichkeit, sich umfassend über den Bereich der B2B-Produkte zu informieren und

Gespräche mit den Vertriebsabteilungen zu führen. Die in den zurückliegenden Jahren stets präsentierten Bereiche Digital Imaging und Office & School Equipment werden in 2008 nicht auf der CeBIT vertreten sein. Casio wird den Verlauf der neukonzipierten CeBIT aufmerksam beobachten und deren Bedeutung innerhalb des Portfolios an Messen, an denen sich das Unternehmen regelmäßig weltweit beteiligt, neu bewerten.

H7/Stand B18

www.casio.de

comTeam

comTeam, der Systemhaus-Verbund der ElectronicPartner-Gruppe, ist auch in diesem Jahr auf der CeBIT im Planet Reseller präsent. Das Team um Claas Eimer hat für die interessierten Systemhäuser eine vielfältige Präsentation vorbereitet. So steht beispielsweise eine Vorführung der neuen Funktionalitäten des TradersGuide auf dem Programm, der einzigartigen Bestell- und Preisvergleichsplattform für Systemhäuser. Zu den neuen Features zählt ein erweitertes Angebotswesen und das neue TradersGuide WaWi-Interface (Warenwirtschafts-Interface). Darüber hinaus ist der neue Markenauftritt und der dazugehörige Kommunikationskoffer für die angeschlossenen Mitglieder zu sehen. Dieses Paket umfasst web2print, das online-gestützte Tool für Werbe- und Marketingaktivitäten.

Planet Reseller Stand 100, Gang D40

www.electronicpartner.de

Devolo

Bei Devolo dreht sich in Hannover alles um die Vernetzung über die hausinterne Stromleitung. Mit dem dLAN TV Sat kann über die hausinterne Stromleitung eine einfache Verteilung eines DVB-S Fernsehsignals in SDTV/HDTV-Qualität erfolgen – ohne Coax-Kabel verlegen zu müssen. dLAN TV Sat verfügt über einen integrierten dLAN 200 AV-Adapter, der das DVB-S Fernsehsignal in das Stomnetz einspeist. Das Fernsehprogramm kann mit einem weiteren dLAN 200 AV-Adapter an jeder Steckdose empfangen und auf einem PC dargestellt werden. Der dLAN Audio extender verbindet PC, HiFi-Anlage oder Aktivboxen über die bestehende Elektroinstallation im

Haus. Der dLAN 200 AV Wireless extender macht jede Steckdose im Haus zum Netzwerkanschluss und zum WLAN-Access Point.

H13, Stand C30 www.devolo.de

D-Link

D-Link stellt seinen Messeauftritt unter das Motto „Netzwerk entdecken – Chancen diskutieren“. Der Spezialist für Wireless N-Lösungen ergänzt seine Produktpalette erstmals um einen Dualband Access Point (DAP-2553) mit der 802.11n-Technologie. Auch das Thema Green Ethernet verfolgt D-Link weiter konsequent und rundet sein Portfolio mit der Einführung weiterer stromsparender Switches ab. Besonderes Augenmerk kommt zudem den sogenannten Unified Access Points zu, die wachsenden Unternehmen die sukzessive Umwandlung ihres Wireless LAN Netzwerkes in eine zentral gemanagte Wireless Switch-Lösung ermöglichen. Der Bereich Digital Home steht im Zeichen von Wireless USB, Powerline und Media Playern.

H13/Stand D71

www.dlink.de

Fujitsu Siemens Computers

Fujitsu Siemens Computers zeigt im Public Sector Parc „grüne Highlights“. Der Prototyp seines 0-Watt-Monitors verbraucht im Standby keinen Strom, und der SCALEO Green PC wurde ebenfalls neu aufgelegt. Bei einem Strompreis von 20 Cent pro Kilowattstunde produziert ein herkömmliches Display im ausgeschalteten Zustand Kosten von bis zu zehn Euro jährlich. Der Prototyp des 0-Watt-Displays mit 20-Zoll-Bildschirm verfügt über ein Schaltelement im Netzteil, das vom PC gesteuert wird. Das Gerät wird im Power Save-Modus vollständig vom Netz getrennt und auf Befehl des Computers wieder in Betrieb genommen. Erste Modelle sollen noch im Sommer dieses Jahres im Fachhandel erhältlich sein.

Halle 9/Public Sector Parc

www.fujitsu-siemens.com

GN

Innovative Headsetlösungen für den professionellen Anwender in Call Center- und Office-Umgebungen sowie den Mobiltelefonnutzer zeigt GN in Halle 13. Zu den Highlights gehören die beiden schnurlosen VoIP-Headsets für den Microsoft Office Communicator Jabra GN9350 und Jabra GN9330 USB sowie das schnurgebundene Jabra GN2000 NC USB. In neuem Design zeigen sich Bluetooth-Headsets wie das Jabra BT3030 oder das erstmals in Europa vorgestellte Nachfolgemodell des Bluetooth-Headsets Jabra JX10 – das Jabra JX20 Pura aus Titan. Bei den Bluetooth-Headsets für die Mobiltelefonie zieht das Jabra BT3030 die Blicke auf sich. Der im Stil einer



Erkennungsmarke („dog tag“) gehaltene Bluetooth-Empfänger aus gebürstetem Stahl mit blau hinterleuchtetem Bedienfeld überträgt Musiksignale und Telefonanrufe an ein In-Ear-Stereokopfhörer-Set und ermöglicht das Fernsteuern Bluetooth-fähiger Mobiltelefone oder MP3-Player.

H13, Stand C25

www.gn.com

Logitech

Logitech hat die Neustrukturierung der CeBIT in diesem Jahr zum Anlass genommen, sein Standkonzept neu auszurichten und legt den Fokus auf B2B-Kunden. Der Besucher trifft auf eine gemütliche Lounge-Atmosphäre für Business-Gespräche. Komfortable Sitzcken laden Geschäftspartner ein, sich am Messestand mit ihren Logitech-Ansprechpartnern auszutauschen. „Die CeBIT ist für uns eine der wichtigsten Plattformen im Jahr, unsere Geschäftspartner und Kunden in informellem Rahmen zu treffen. Wir laden unsere Besucher ein, mit den Logitech Produkten einen 24-Stunden-Tag zu verbringen“, so Sandro Isteri, Logitech Regional Director GSA (Germany, Switzerland, Austria).

Planet Reseller, Stand H110/J100

www.logitech.de

Netgear

Netgear präsentiert auf der diesjährigen CeBIT neue Netzwerkrends für die Business- und Heimvernetzung. Zu den Highlights zählt die neue Wireless-N Produktfamilie, die mit neuer Antennentechnologie für größere Sende- und Empfangsleistung sowie Reichweite sorgt. Daneben stellt das Unternehmen sein gesamtes Spektrum an Netzwerkspeicherlösungen aus – mit ReadyNAS Duo profitieren nun auch Endkunden von Netgears Storage Produkten. Abgerundet wird das neue Portfolio durch Lösungen für Digital Entertainment sowie durch Innovationen bei Switches und Netzwerksicherheit.

H13, Stand C58

www.netgear.de

TerraTec

TerraTec Electronic stellt in Halle 25 erstmals sein neues Noxon iRadio for iPod vor. Dieser WLAN Audioplayer wartet mit einigen bisher einmaligen

Merkmale auf. Das bringt nicht nur über 10.000 Internet-Radiosender und Podcasts ins Haus, sondern besitzt zusätzlich einen eigenen FM-Tuner. Dieser ermöglicht den Empfang von terrestrischem, herkömmlichem UKW-Radio. Darüber hinaus werden die beiden Soundlösungen DMX USB 6Fire (Semiprofi) und Aureon USB Dual (Einsteiger) sowie Digital TV-Produkte zu sehen sein.

H25, Gang D40/Stand F103

www.terratec.de

Toshiba

Auf dem Stand im Planet Reseller in Halle 25 präsentiert der Toshiba Notebook-Bereich die neuesten Modelle der Businessreihen Satellite Pro, Tecra und Portégé sowie Produkte aus dem umfangreichen Zubehörprogramm. Neu im Portfolio sind außerdem die Festplatten-basierten High Definition Videokamera-Reihen der Gigashot-Produktfamilie. Mit drei neuen LCD TV-Serien und einer erweiterten Modellreihe präsentiert sich die Division der Consumer Products. So werden Einsteiger von der AV-Serie angesprochen, während die CV-Reihe die Mittelklasse bedient. Im High-end-Bereich stellt Toshiba die neuen Full HD-Geräte der XV-Serie vor, zu denen erstmals auch ein 32-Zoll-Gerät mit voller HD-Auflösung zählt. Für Cineasten und Designliebhaber wird die edle ZF-Serie mit ihrem extrem schmalen Rahmen um zwei zusätzliche Größen erweitert.

Planet Reseller, Halle 25, Stand E105

www.toshiba.de

TechniSat

TechniSat zeigt in Halle 25 die Neuheiten für die kommenden Monate zu den Themen HDTV, LCD-TV, PC/Multimedia, IPTV, digitale Set-Top-Boxen und Navigation. Neben den Produktneuheiten erwartet die Besucher ein modernes Wohnzimmer, in dem sie die TechniSat LCD-TV Geräte und die TechniSat PC/Multimedia-Produkte live erleben können. Im Mittelpunkt steht unter anderem der 46“ Full-HD-LCD-Fernseher mit Dual-HDTV Multituner für DigitalSAT, digitales Kabelfernsehen, DVB-T sowie HDTV-Empfang und integrierter 500-GB-Festplatte mit TWIN-Tuner.

H5/ Stand D15 www.technisat.de

Die neuen Full HD-Displays der Serie 6 sind mit einer einzigartigen Effektlackierung in Rubin-schwarz versehen. In Verbindung mit einem schmalen durchsichtigen Rand, der Hintergrund- sowie Umgebungslicht durchschimmern lässt, erscheinen die Displays in einer immer neuen Farbnuance.



Samsung: 40 Mio. potentielle Kunden

Serie 6 – ein Spiel mit Licht und Farben

Im vergangenen Jahr hat sich der Trend hin zu immer größeren TV-Displays weiter fortgesetzt. Gleichmaßen legen die Kunden immer mehr Wert auf eine hochwertige Verarbeitung sowie ein ansprechendes Design. Samsung hat auf diese Anforderungen reagiert. Die LCD-Serie 6 ist außergewöhnlich gestaltet und mit einer Effektlackierung versehen.

Flachbildfernseher sind der Markttreiber der Unterhaltungselektronik. Über 80 Prozent aller verkauften Flachbildfernseher sind inzwischen HD ready- oder Full HD-fähig, können also hochauflösende Bilder darstellen. Im Jahr 2007 wurden über 0,5 Millionen Plasma-Geräte und 3,9 Millionen LCD-Geräte im Wert von insgesamt über 4,2 Milliarden Euro verkauft. Damit sorgten Flachbildfernseher für 32 Prozent des Umsatzes in der Unterhaltungselektronik.



Michael Willenborg: „2008 wird das Jahr der Full HD-Displays mit größeren Bild diagonalen und höherwertigen Ausstattungen.“

Bilddiagonalen, auch wenn derzeit noch die 32-Zoll-Geräte das stärkste Segment darstellen“, so Willenborg weiter. In diesem Jahr erwartet Samsung den flächendeckenden Durchbruch von Full HD-Displays mit 100-Hz-Technologie. Entsprechend haben die Koreaner ihre neuen Displayserien umgestellt und werden Ende März selbst im 32“-Segment ein Full HD-Gerät auf den Markt bringen.

Mit Einführung der neuen Serie 6 beschreitet das Unternehmen auch in puncto Design neue Wege. Die in Rubin-schwarz gehaltenen Displays sind mit einer zweifarbigen Effektlackierung versehen. Hier werden zwei Plastikarten ineinander gespritzt, was besonders umweltfreundlich ist. Von einem tiefen Rubin-schwarz geht der Farbverlauf zum Display hin in ein sattes Schwarz über. „Auf diese Weise erscheint das Gerät immer in einem anderen Farbspiel“, freut sich Michael

Willenborg über die neue Designsprache. Der Fachhandel bekommt mit der Serie 6 beinahe ein Unikat an die Hand, denn Samsung hat rund 80 Prozent der weltweiten Produktionskapazitäten für diese spezielle, aus der Automobilindustrie stammende, „Double Injection“-Technologie aufgekauft.

Klare Produktnamen

Im Einklang mit der optischen Wirkung muss auch die Bildwiedergabe stehen. Auch hier setzen die Koreaner neue Maßstäbe. „Der Schwarzwert, eine präzise Bewegungsdarstellung sowie die natürliche Farbwiedergabe sind die Hauptfaktoren für das extrem gute Bild unserer neuen Displays“, erklärt Michael Willenborg. Zusätzlich sind die neuen Displays mit vier HDMI-Schnittstellen, einem USB 2.0-Port sowie dem Anynet+-System ausgestattet. Damit erweitert Samsung den Einsatzbereich seiner Displays, denn über den USB-Port können Daten von externen Geräten wie Fotos oder Filme direkt dargestellt werden. Gleichzeitig mit Einführung der 2008er-LC- und Plasma-Displays hat Samsung auch seine Modellbezeichnungen überarbeitet und kommuniziert diese ab sofort eindeutig in allen Prospekten, Katalogen und Anzeigen. Aufsteigende Produktnummern signalisieren dem Kunden, dass es sich um ein nächsthöheres Produkt mit mehr Ausstattung oder einer größeren Bilddiagonale handelt. Das neue Line-Up besteht aus 10 Plasma- und 27 Full HD-Displays sowie 15 Exklusivmodellen. Im wachsenden 37“-Segment finden sich 9 neue Geräte wieder.

www.samsung.de



Mit „Real 100Hz“ bringt Samsung die erste echte 100-Hz-Technologie bei Plasma-Displays auf den Markt. Hierbei wird jeweils ein komplettes Zwischenbild errechnet und dargestellt. Ein Demodisplay für den Handel zeigt dem Kunden den Unterschied im direkten Vergleich.



Mit dem in die neuen Geräte integrierten Wiselink USB-Anschluss kann der Anwender Videos direkt von seiner Digitalkamera oder einem USB-Stick ansehen, Musikdateien anhören oder einfach nur auf den Medien gespeicherte Fotos auf dem Display betrachten.

USB2.0 / DLNA / 4HDMI

- Enjoy Movie & Music (USB2.0, MPEG)
- Home networking through DLNA / 4HDMI



Das TV-Display muss künftig mehr können, als „nur“ Filme wiedergeben. Es wird zum Mittelpunkt eines umfassenden Home-Entertainment-Systems. Musik, Filme, Fotos und Internetangebote kommen per HDMI-Schnittstelle und integriertem DLNA-Server auf das Display.



Seit 2006 erfreuen sich Full HD-Displays immer größerer Beliebtheit. 2007 konnte der Handel bereits 3,7 Millionen Geräte absetzen. Für dieses Jahr erwarten die Hersteller einen Absatz von 4,8 Millionen Einheiten.



Seit dem Weltmeisterschaftsjahr 2006 ist der Absatz an TV-Displays sowohl nach Stück als auch nach Wert kontinuierlich gestiegen. Dieser Trend wird sich 2008 fortsetzen und einen Umsatz von 4,7 Mio. Euro erbringen.



Sony LCD-TV in Nordamerika auf Platz 1

Mit einem Sprung von 9,7 Prozent auf 12,8 Prozent Marktanteil bei LCD-TV's eroberte Sony im vierten Quartal 2007 in Nordamerika den Spitzenplatz. Sonys sequentielles Wachstum war mit 83% im Vergleich zum Vorquartal das stärkste unter den fünf in diesem Produktbereich führenden Marken. Bei Geräten mit Bild diagonalen von 40–44", 45–49" und 50–54" errang Sony die Marktführerschaft, berichtet der Marktbeobachter DisplaySearch in seinem aktuellen Global TV Shipment and Forecast Report. Sonys starkes Wachstum sei durch die Ausrichtung auf große Retailer mit dem Schwerpunkt bei 1.080p-Geräten mit Bildgrößen von 40 Zoll und darüber und einer stärkeren Fokussierung auf den nordamerikanischen Markt flankiert worden, der zur Zeit 29,5 Prozent der globalen LCD-Verkäufe Sonys aufnimmt.

Wachstum bei großformatigen 1.080p LCD-TV's

Das Jahr 2007 war, laut Digitimes, bei Stückzahl und Umsatz durch ein überproportionales Wachstum bei großen LCD-TV-Geräten gekennzeichnet: Der Verkauf von Geräten mit Bild diagonalen von 40 bis 44 Zoll nahm 2007 im Vergleich zum Vorjahr um 300% zu. Bei TV-Geräten mit Bildgrößen von 45 bis 49 Zoll stiegen die Verkäufe im gleichen Zeitraum um 400% an.

LCD-TV Produktionsverlagerung abgeschlossen

Der slovakische Ableger von Sony hat den Abschluss der Verlagerung seiner Produktionsanlagen für LCD-TV-Geräte vom bisherigen Standort Trnava in die neu errichtete TV-Fabrik in Nitra, Slowakei, bekanntgegeben. Der gleitende Umzug der TV-Geräte-Produktion begann im Frühjahr des vergangenen Jahres. Die Fabrikation von Tunern und Service-Produkten für PlayStations bleibt dagegen in Trnava. „Die Produktion von Tunern und PlayStation Service-Produkten wird aus mehreren technischen Gründen vorerst in Trnava verbleiben, und die Produktionsaktivitäten werden zumindest das laufende Jahr hindurch an beiden Standorten

fortgeführt“, bestätigt Sony Slovakia General Manager Jan Pop. Das Unternehmen will außerdem Teile seiner Lokalisationen in Trnava als Lagerraum nutzen. Ursprünglich hatte Sony den Umzug aller Beschäftigten nach Nitra geplant. Doch nach der Entscheidung, verschiedene Produktionszweige in Trnava zu belassen, sollen 500 Beschäftigte dort verbleiben. „Die Nachfrage nach LCD-Flachbildschirmen ist wesentlich größer als erwartet. Deshalb werden wir, wie ursprünglich geplant, in der neuen Anlage in Nitra 3.000 Mitarbeiter beschäftigen. Zusammen mit den 500 in Trnava verbleibenden Beschäftigten umfasst unsere Belegschaft in der Slowakei dann 3.500 Mitarbeiter“, erläuterte Pop. Für den Bau seiner Produktionsanlage für LCD-TV-Geräte auf dem 45 Hektar großen Gelände im Industrie-Park Nitra-Nord hat Sony bisher 73 Millionen Euro investiert. Der jährliche Produktionsausstoß der neuen Fabrik soll 3 Millionen TV-Geräte betragen.

YouTube und Picasa auf Panasonic Fernsehern

Zu Beginn dieses Jahres hat Panasonic Präsident Toshihiro Sakamoto die neue TV-Geräte-Funktion „Viera Cast“ vorgestellt. Mit „Viera Cast“ können zukünftige Panasonic TV-Geräte über einen Breitband-Internetzugang auf YouTube-Videos und Picasa-Fotoalben von Google zurückgreifen. Für die Navigation mit Viera Cast und die Darstellung der Inhalte entwickelt Panasonic eine spezielle grafische Bedienoberfläche, die Sakamoto bei der Vorstellung von Viera Cast schon auszugsweise präsentierte. Auch Wettervorhersagen und Börsenkurse werden mit Viera Cast und Panasonic-Fernsehern abrufbar sein. Die für Besitzer von Panasonic TV-Geräten kostenlosen Dienste werden in den USA zeitgleich mit der für das

Frühjahr geplanten Markteinführung der neuen Panasonic Plasma-TV's verfügbar sein. In Japan bietet Panasonic in Kooperation mit Sony und anderen japanischen Elektronik-Herstellern kostenpflichtige internetbasierte Dienste wie Tvila an. In einem weiteren Schritt plant Panasonic, seine Digitalkameras mit einer WLAN-Funktion auszustatten. Damit können Anwender die Aufnahmen über einen beliebigen Hotspot in ihr Online-Fotoalbum hochladen. Die Fotos lassen sich danach in hoher Qualität am Fernsehgerät betrachten.

Sharp: Operativer Gewinn steigt um 5,5 %

Der japanische LCD-TV Hersteller Sharp berichtet über die Zunahme seines operativen Gewinns um 5,5 Prozent im vierten Quartal 2007 und damit über ein neues Rekord-Hoch. Die positive Entwicklung wurde durch Verzögerungen bei der Inbetriebnahme neuer Produktionsanlagen der Mitbewerber und eine Verlangsamung der Preisreduzierungen bei großformatigen LCD-Panels begünstigt. Sharp ist drittgrößter LCD-TV-Hersteller nach Samsung und Sony und errichtet zur Zeit in West-Japan die mit Abstand weltgrößte Fabrik für LCD-Panels und TV-Geräte. Der infolge der Hypotheken-Banken-

Krise erwartete Konjunktur-Rückgang in den USA wirft einen Schatten auf die Marktaussichten in den USA, dem Schlüsselmarkt für großformatige LCD-TV's: „Die US-Wirtschaft wird sich möglicherweise etwas abschwächen“, äußerte sich Sharp Director Tetsuo Onishi auf einer Pressekonferenz. „Aber glücklicherweise erweist sich die Wirtschaft in China und den BRIC-Staaten (BRIC = Brasilien, Russland, Indien, China) als äußerst robust. Wir werden uns stärker auf diese Märkte fokussieren, um unsere Umsatzziele zu erreichen.“ Sharps Umsätze mit LCD-TV's in China überholten im vergangenen Dezember erstmals die Verkaufserlöse in Europa.

Panasonic halbiert Energiebedarf von Plasma-TV's

Der japanische Elektronik-Konzern Panasonic hat für das zweite Quartal 2008 Plasma-TV Modelle mit einer neuen Technologie angekündigt, deren Energieverbrauch nur halb so groß sein wird wie bei herkömmlichen Plasma-Bildschirmen. Die neuen Panasonic-TV's werden etwa gleich viel Energie verbrauchen, wie neueste, im Jahr 2009 auf den Markt kommende LCD-TV-Geräte. Das teilte Panasonic Senior Managing Director, Toshihiro Sakamoto, anlässlich eines Strategy Meetings und einer Factory Tour durch Panasonics PDP-Fabrik in Amagasaki

City, Hyogo Prefecture, mit, berichtet Nikkei Business Publications, Japan. Durch zunehmende Verbreitung großformatiger Flach-TV-Geräte hat sich der Energieverbrauch in privaten Haushalten und Einzelhandelsgeschäften für Consumer-Elektronik spürbar erhöht. Deshalb haben weltweit zahlreiche Umwelt-Organisationen bei ihren Regierungen um die Festsetzung von Energieverbrauch-Standards für Fernsehgeräte ersucht. Im Januar 2008 hat Panasonic die neuentwickelte „Neo PDP“-Technologie angekündigt, durch deren Einsatz sich die Effizienz der Licht-Emission verdoppeln wird. Bei Plasma-TV's eingesetzt, reduziert Neo PDP den Energiebedarf, ohne die erreichbare Bildhelligkeit oder die Brillanz der Bilddarstellung zu beeinträchtigen.

Flexibles, hochauflösendes Color-e-paper

LG.Philips LCD hat ein neu entwickeltes, flexibles Color-e-paper im DIN A4-Format vorgestellt. Das 14,3 Zoll große und 300 Micrometer dünne e-paper Display besitzt 1.280 x 800 Bildpunkte und kann 16,7 Millionen Farben darstellen. e-paper Displays lassen sich in einem Winkel von 180° betrachten, sind sehr energieeffizient und verbrauchen lediglich bei einer Änderung der

Bildinhalte Energie. Laut Displaybank wird der Markt für flexibles e-paper bis 2010 auf jährlich 5,9 Milliarden



US Dollar anwachsen und 2015 etwa 12 Milliarden US Dollar betragen.

Toshiba bringt 57-Zoll Regza LCD-TV's in Indien

Toshiba India Private Limited hat in Indien einen 57 Zoll großen Regza LCD-TV der Z3500 Serie auf den Markt gebracht, zusammen mit einem Line-Up von zehn Modellen in vier unterschiedlichen Geräteserien: Regza Z3500 Serie, Regza X3500 Serie, Regza C3500 Serie and Regza A3500 Serie. Der Markenname „Regza“ ist Toshibas erste weltweit einheitlich genutzte Marke für TV-Geräte. In Indien erwartet Toshiba im ersten Jahr seiner geschäftlichen Aktivität bei TV-Geräten, einen Marktanteil von mindestens 10 Prozent zu erringen. „Beim Vertrieb unserer Regza Z3500 LCD-TV Serie werden wir in allen wichtigen Outlets des Landes die gleiche Display-Strategie anwenden, unterstützt durch Toshiba HD DVD Player“, erklärte Yuzo Kato, Managing Director, Toshiba India Private Limited. „Toshibas LCD-TV Produkte verfügen über ein enormes Potential in einem Markt, der jährlich um mehr als 200 Prozent wächst. Die hohe Nachfrage hat uns dazu veranlasst, den indischen Konsumenten eine umfangreiche Auswahl zukunfts-trächtiger Produkte mit modernsten Technologien anzubieten.“ Das neue Line-Up von Toshiba India umfasst Full HD Panels mit einer Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten, ausgestattet mit Meta Brain Pro 100 Engine, 100-Hz-Technologie und 10 Bit Wide Colour Gamut Panel zur Wiedergabe eines erweiterten Farbraums. Das maximale dynamische Kontrastverhältnis beträgt 6.700:1, das Panel-Kontrastverhältnis 2.000:1, bei einem Helligkeitswert von 500 cd/m². Die TV-Geräte der Z3500 Serie verfügen über drei HDMI-1.3-Schnittstellen mit Unterstützung der Videoformate 1.080p 60 Hz/50 Hz/24 Hz mit xvYCC/ Deep Color sowie einen zusätzlichen VGA PC Eingang. Der Regza Z3500 mit seiner 57-Zoll-Bilddiagonale wird mit Piano Black Design und Slim Speaker System ausgeliefert. Das ökologisch verträgliche Modell stellt auch einen Hotel Mode bereit.

LG.Philips LCD wird „LG Display“

LG.Philips LCD, zweitgrößter LCD-Hersteller, ändert den Namen des Unternehmens in „LG Display“. Die Namensänderung wurde beschlossen, nachdem der Teilhaber Philips Electronics seinen Anteil an dem Unternehmen von 32,9 Prozent auf 19,9 Prozent verringert hat. Der größte Anteilseigner an LG Display ist das koreanische Unternehmen LG Electronics mit 37,9 Prozent.

DESIGN - INNOVATION

HD ready 1080p
REGZA
image is everything

**Wir machen schmale Rahmen schmaler!
Das Ergebnis: Picture Frame LCD-TV**

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

www.toshiba.de/consumer

Hitachi „Ultrathin TV“ Roadmap

Auf einer Flach-TV Präsentationsveranstaltung Anfang Februar hat der japanische Elektronik-Hersteller Hitachi Ltd. erste Details seiner Roadmap für „Ultrathin TV“-Produkte bekanntgegeben: 35 mm dicke Plasma-TV-Modelle will das Unternehmen im Jahr 2009 auf den Markt bringen, 10 mm dünne oder noch flachere Plasma-TV's sollen zwischen 2010 und 2012 serienreif und am Markt verfügbar sein. Im LCD-TV-Bereich vermarktet Hitachi bereits die 35 mm dicke „Wooco UT Serie“. 2009 sollen dann 19 mm dicke Hitachi LCD-TV's folgen und 15 mm dünne Geräte in den Jahren 2010 bis 2012. Obwohl Hitachi ultradünne LCD-TV's vor vergleichbar dünnen Plasma-TV's auf den Markt gebracht hat, bekräftigt das Unternehmen, dass man Plasma-TV-Geräte noch flacher als LCD-TV-Geräte konstruieren kann. Als Begründung erklärt ein Hitachi-Sprecher: „Im Gegensatz zu LCD-Panels benötigen Plasma-TV-Geräte keine Hintergrundbeleuchtung, sondern erzeugen das emittierte Licht in den Plasma-Kammern selbst. PDP's bestehen im wesentlichen nur aus dem Panel und der Verbindungsmatrix mit Steuerelementen. LCD-Panels lassen sich dagegen kaum dünner als 15 mm bauen.“ Zum Thema OLED-Panels, die

sich bedingt durch ihre Technologie am besten zur Herstellung ultradünner TV-Geräte eignen würden, äußert sich Hitachi: „Wir werden wahrscheinlich 2010 oder 2012 in der Lage sein, großformatige OLED-TV's zu realisieren.“ Obwohl im Vordergrund der Argumentation für ultradünne Flachbild-TV's immer die freie Wahl der Aufstellungsposition steht, bewertet Hitachi andere Aspekte als noch wichtiger: „Ultradünne Displays machen die Verpackung und den Transport wesentlich einfacher und weniger energieaufwendig. Die geringere Bautiefe ermöglicht bei der Abführung der im Betriebszustand erzeugten Wärme völlig neue Wege. Geringerer Energieverbrauch bei Fertigung, Transport und Betrieb wirkt sich ökologisch positiv aus und ist das stärkste Argument für die Weiterentwicklung ultradünner Displays.“ Um den Energieverbrauch der Plasma-TV's weiter zu reduzieren, forscht bei Hitachi seit 18 Monaten ein 40köpfiges Entwicklerteam an der Aufgabe, den Wirkungsgrad der Lichtemission zu erhöhen. Zur Zeit entwickeln die Ingenieure ein Plasma-Panel mit 2,3x höherer Effizienz als herkömmliche Plasma-Panels. Erste Plasma-TV-Geräte mit halbiertem Energieverbrauch sollen laut Aussage von Hitachi 2009 bis 2010 auf den Markt kommen.

**TV
SPIELFILM**

präsentiert den



PLUS X AWARD®



PLUS X AWARD-NIGHT 2008

Das Branchen-TV-Ereignis des Jahres

Wenn sich zahlreiche Journalisten, Fotografen und TV-Teams rund um den „Orange Carpet“ drängen, dann hat der Plus X Award abermals zum bedeutendsten sowie glamourösesten Event der Consumer Technologies-Branche geladen. Seien Sie dabei, wenn bekannte Top-Entscheider, hochkarätige Firmen-Repräsentanten und Prominenz aus Politik und Rundfunk voller Spannung den Ergebnissen der kompetenten Jury auf der Plus X Award-Night entgegenfiebern. Welches sind die besten Technologie-Produkte 2008? Wer darf eines oder auch mehrere der überaus begehrten Plus X Award-Siegel für Innovation, Design, Bedienkomfort, Ergonomie und/oder Ökologie entgegennehmen? Und vor allem: Wer darf sich dieses Jahr zu den innovativsten Marken der Branche zählen und die imposante „Most Innovative Brand“-Trophäe in das Blitzlichtgewitter der anwesenden Presse halten? Seien Sie gespannt auf die Worte der Laudatoren, die Dankesreden der Sieger und auf die fulminanten Showeinlagen des mit Spannung erwarteten Gala-Abends in Köln.

Die Plus X Award-Night - am 1. Juni 2008 um 20 Uhr auf



TV.



Philips: Flat-TVs bringen Emotionen in die Unterhaltungselektronik

Die neuen Modelle mit Bilddiagonalen zwischen 32 und 52 Zoll (81 bis 132 cm) zeigen Design- und Gestaltungselemente, die sich zukünftig bei Philips auch in anderen Produkten der Unterhaltungselektronik wiederfinden werden. Auffälliges Merkmal bei den neuen Flat TV's ist der gerundete Displayrahmen aus transparentem Acryl, der nicht nur für eine weniger strenge Optik sorgt, sondern auch technische Vorteile bietet.

Botschafter einer neuen Design-Kollektion

Philips stellt seine neue Design-Kollektion der Unterhaltungselektronik vor. Sie zeichnet sich durch ein unverwechselbares Äußeres aus, das sich in jeden modern eingerichteten Raum integriert. Mit minimalistischem Design unterstreicht Philips das Bild- und Klangerlebnis der neuen Flat-TV-Reihe.

Neben einer guten Bildqualität spielt das Aussehen von LC- oder Plasma-Displays eine wichtige Rolle im Verkaufsgespräch. Das Design der Philips Flat TV's genießt hier seit langer Zeit aufgrund der ansprechenden Rahmengestaltung und hochwertigen Materialien bei Käufern und Händlern einen guten Ruf. Mit einem neuen Design-Konzept sollen sich die Philips Flat TV's künftig noch stärker von denen anderer Hersteller abheben.

Die Gestaltung der neuen Displays entspricht den Erkenntnissen vorheriger intensiver Marktforschung. Im Ergebnis hatten Konsumenten die optische Attraktivität der meisten auf dem Markt befindlichen Fernseher bemängelt. Sie wünschten sich Produkte, die sich stärker vom „Durchschnitt“ unterscheiden und abheben. Als Wunsch der Konsumenten wurde ein Design ermittelt, das einfach, aber zugleich weich und feinsinnig sowie leicht zugänglich sein sollte.

Die Design-Kollektion steht für ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Funktion, Emotion und Technologie. Sie wird in erster Linie von der Idee getragen,

Gefühle zu wecken und nicht so sehr die Technik in den Vordergrund zu rücken. Das minimalistische Design ist geprägt von runden Formen, klaren Materialien und Licht. So fügen sich die Geräte einfach in ihre Umgebung ein und schaffen in jedem Raum eine harmonische und luxuriöse Atmosphäre.

„Bei Design geht es immer um das Erlebnis. Unsere Kunden möchten Produkte, die Reinheit und Schönheit miteinander verbinden, um ihre Emotionen anzuregen“, sagt Stefano Marzano, CEO und Chief Creative Director von Philips Design. „Wir haben eine Kollektion entwickelt, die den Wohnraum verwandelt und gleichzeitig Erlebnisse intensiviert. Das Ergebnis ist eine Design-Kollektion, die sich von den üblichen Produkten der Unterhaltungselektronik klar unterscheidet.“

Das neue Design der Philips Flat TV's zeichnet sich durch minimalistisches, emotionales und vor allem ein wiedererkennbares Design aus. Auffallend ist das Fehlen von Lautsprecheröffnungen, was der Rahmenfront ihre edle und reduzierte Optik verleiht.



Kai Hillebrandt: „Mit den neuen Flat TV's bieten wir Bildqualität und Design zu einem exzellenten Preis-/Leistungsverhältnis.“

Der im hinteren Teil des Gerätes erzeugte Sound wird durch einen Spalt neben der Acrylumrandung gelenkt. Das Ergebnis ist ein den Zuschauer einhüllender Klang. „Die Einführung der neuen Flat-TV-Reihe stärkt unser Angebot im Markt für HD-Fernseher mit großen Bilddiagonalen“, so Kai Hillebrandt, Senior Director Connected Displays bei Philips Consumer Lifestyle, Deutschland. „Schon auf den ersten Blick unterscheiden sich diese Flat TV's von allen sonstigen Angeboten im Markt. Das Rahmendesign ist einzigartig. Wir bieten dem Handel damit die Kombination aus Bildqualität und Design, verbunden mit einem exzellenten Preis-/Leistungsverhältnis.“

Full HD bei 32 Zoll

Als erster Flat TV der neuen Linie kommt in Deutschland bereits im März der 32PFL9603D auf den Markt. Er ist das neue Top-Modell in der Größenklasse mit 32 Zoll. Erstmals bei Philips gibt es damit in dieser Größe ein Modell mit Full HD-Auflösung (1.920 x 1.080 Pixel). Ausgestattet mit der neuesten Version der Bildverbesserungstechnologie Perfect Pixel HD Engine liefert er im 32-Zoll-Segment eine ausgezeichnete Bildqualität. Perfect Pixel HD optimiert das Bild über die gesamte Signalkette. Elemente dieses Technikpaketes sind beispielsweise Maßnahmen für die bestmögliche Farbwiedergabe, Kontrast- und Schärfeparameter sowie Artefaktreduktion. Dank Active Control mit Lichtsensor passen sich Bildparameter auto-

matisch auf Veränderungen im Raumlicht an. Wie bei allen High-End-Fernsehern von Philips gehört AmbientLight zur Serienausstattung. Die weiterentwickelte HD Digital Natural Motion Technologie (HD DNM) entfernt die leichten Ruckel-effekte (Judder) aus Filmmaterial. Um auch Unschärfen zu eliminieren, werden Bewegungen im Bild analysiert und darauf abgestimmte, errechnete Zwischenbilder eingefügt. Diese aufwendige Analyse basiert auf Philips' Algorithmen und trägt den Namen „Motion Estimation Motion Com-

Außerdem suchen sie Produkte, die eine höhere persönliche Bedeutung haben und sich harmonisch in ihre Umgebung einpassen. „Denn Konsumenten fühlen sich zunehmend frustriert und überfordert, aus einem Meer ähnlich scheinender Produkte ein für sie passendes auszuwählen. Auf Verbraucher wirken die meisten Produkte rational, gleich aussehend, funktional und schlicht monoton. Doch eigentlich möchten sie viel lieber Produkte, die hoch entwickelt, modern und einfach schön sind“, sagt Andrea



Als erster Flat TV der neuen Linie kommt in Deutschland bereits im März der 32PFL9603D auf den Markt. Er ist das neue Top-Modell in der Größenklasse mit 32 Zoll. Erstmals bei Philips gibt es damit in dieser Größe ein Modell mit Full HD-Auflösung (1.920 x 1.080 Pixel).

pensation“ (MEMC). Das Ergebnis ist ein ruhiges, sehr natürliches Bild mit überragender Schärfe. Entstanden ist die Kollektion bei Philips Design. In ihre Entwicklung flossen Forschungsergebnisse ein, die belegen, dass Verbraucher Produkte mit emotionalem Wert wünschen.

Ragnetti, CEO der Sparte Consumer Lifestyle. „Philips möchte das Leben der Menschen vereinfachen, indem wir Produkte mit einzigartigem Design auf den Markt bringen, das die Sinne berührt und die rationale Welt der Technik mit Emotionen füllt.“

www.philips.de



Es werde Licht – mit 6.500 Lumen

Mit einer Lichtleistung von 6.500 Lumen präsentiert sich Canons neuer XGA-Projektor Canon LV-7585. Dank hoher Helligkeit, einem Kontrastverhältnis von 1.600:1 und dem neuen 10-Bit-Bildprozessor werden Bilder, Texte und Filme in professioneller Qualität projiziert. Der speziell für den Einsatz in großen Räumen konzipierte Projektor ist mit einem für eine Betriebsdauer von zirka 10.000 Stunden konzipierten Auto-Cleaning-Luftfilter mit automatischem Filtervorschub ausgestattet. Der LV-7585 ist der lichtstärkste Projektor im Canon-Angebot. Mit 1,3fach-Zoomobjektiv mit Autofokus und motorbetriebenem Zoom ist er für Bilddiagonalen bis ca. 10 Meter ausgelegt. Für die jeweils bestmögliche Abbildung, auch bei erforderlicher vertikaler und horizontaler Korrektur, sorgt eine motorbetriebene optische Lössshift-Einrichtung. Diese optische Lösung ist einer digitalen rechnerischen Korrektur qualitativ überlegen. Lössshift-Einstellungen können auch mit Hilfe der Fernbedienung vorgenommen werden. Das ist vor allem bei Deckeninstallation hilfreich. Der LV-7585 profitiert von der 70jährigen Erfahrung Canons bei der Entwicklung und Herstellung von Präzisionsoptik. Optional erhältlich sind vier Wechselobjektive: ein Ultra-Weitwinkelobjektiv, ein Weitwinkel-



Zoomobjektiv, ein Tele-Zoomobjektiv und ein Ultra-Tele-Zoomobjektiv. Damit wird der LV-7585 zur idealen Lösung für Rückprojektionen, extrem weite Projektionsabstände und Einsatzbereiche unter ungewöhnlichen Bedingungen. Das individuell einstellbare Seitenverhältnis ermöglicht die mühelose Bewältigung spezieller und schwieriger Projektionsaufgaben im Bereich der multimedialen Bühnentechnik und bei Leitsystemen. Neben den Standardformaten 4:3 und 16:9 werden auch wenig verbreitete Formate unterstützt. Die beeindruckende Lichtleistung von 6.500 Lumen und das hohe Kontrastverhältnis von 1.600:1 wurden durch die neuentwickelte, hocheffiziente Lampe NSHA mit 330 Watt und ein besonders widerstandsfähiges LCD-Panel ermöglicht. Mit HDCP-kompatibler DVI-D-Schnittstelle, analogen RGB-Eingängen, BNC-Anschlüssen, Komponenten- und S-Video-Schnittstelle, Scart-Anschluss und RGB-Ausgang für den Anschluss eines externen Monitors stehen vielfältige Multimedia-Anschlüsse zur Verfügung. Die optional erhältliche Hardware „Network Imager“ ermög-

FERNSEHEN MIT METZ – IMMER ERSTKLASSIG



METZ PRIMUS

HDTV | FULL HD | FESTPLATTEN-RECORDER* | JPEG FOTO-ANZEIGE (USB) | DIGITAL-MODUL-SYSTEM | MECAVISION HD*

Wenn besondere Ansprüche zur Selbstverständlichkeit werden, ist es ein Metz LCD-TV. Metz Primus mit integriertem HDTV-Empfang in beeindruckender mecavisionHD* Schärfe auf dem hochauflösenden 106 cm Full HD-Panel garantiert ein fantastisches TV-Erlebnis. Hochwertigste Materialien wie der massive, gebürstete Aluminiumsockel, das in seiner Materialität einzigartige Gehäuse aus Holz und Metall und die ganzflächige, entspiegelte Kontrastfilterscheibe belegen seine außergewöhnliche Wertigkeit. Natürlich nur im kompetenten Fachhandel – überzeugen Sie sich und trauen Sie Ihren Augen.

TECHNISCHE PERFEKTION | SICHER IN DIE ZUKUNFT | BEDIENTREUNDLICHKEIT | BEQUEMER SERVICE | QUALITÄT „MADE IN GERMANY“

www.metz.de

licht die Fernsteuerung des Projektors über ein Computernetzwerk. Der LV-7585 ist zum UVP von 7.699,- Euro erhältlich. www.canon.de

Canon-Laserfaxe i-Sensys L-140 / L-160

Als ideale Lösung für kleine und mittlere Büros bieten sich die neuen, energiesparenden Canon Geräte Fax L-140 und Fax L-160 mit Super-G3-Modem und großem Seitenspeicher an. Die eleganten, silberfarbenen Nachfolger des i-Sensys Fax L-100 und L-120 sind mit einer Kopierfunktion ausgestattet. Das L-160 lässt sich über USB-Schnittstelle auch als Laserdrucker mit 14 Schwarzweiß-Seiten pro Minute einsetzen. Schnelle Übertragungen und kurze Wartezeiten sind dank des Super-G3-Modems eine Selbstverständlichkeit. Falls die sofortige Druckausgabe infolge erschöpftem Papier- oder Tonervorrat mal nicht möglich ist, zeichnet der ITU-T Chart No. 1-basierte Speicher für bis zu 340 Seiten eingehende Faxe auf. Auch das Versenden umfangreicher Vorlagen ist dank des automatischen Dokumenteneinzugs für bis zu 30 Blatt schnell erledigt. Für hohe Effizienz sorgt bei beiden Modellen eine Anzahl attraktiver Funktionen: Die Dual-Access-Technologie gestattet das Einlesen zu versendender Vorlagen in den Speicher auch dann, wenn im gleichen Moment Faxe eingehen. Bei der Reduzierung von Übertragungskosten ist die Funktion „Zeitversetztes Senden“ hilfreich, die bei umfangreichen Fax-Aufträgen den Versand zu einem späteren, kostengünstigeren Zeitpunkt ermöglicht. Ein Rufnummernspeicher mit 15 Zielwahl-, bzw. 100 Kurzwahl-Nummern für häufig kontaktierte Ansprechpartner vereinfacht und verkürzt den Wahlvorgang. Das optimierte Bedienfeld enthält ein anwenderfreundliches, zweizeiliges, hintergrundbeleuchtetes Display. Beide Faxe nutzen Canons On-Demand-Fixiertechnologie für Einsatz aus dem Standby ohne Vorwärmzeit. Neben reduzierter Wartezeit beim Drucken, Kopieren oder Faxen sorgt die On-Demand-Fixiertechnologie für äußerst geringen



Stromverbrauch, der im Sleep Mode sogar nur zirka drei Watt beträgt. Die Canon-UHQ-Technologie (Ultra High Quality) ermöglicht die Darstellung von bis zu 256 Graustufen. Die All-in-one-Cartridge FX-10 enthält neben dem Toner alle wichtigen Verschleißteile. Beide Faxgeräte sind auch als Kopierer mit einem Durchsatz von zwölf Kopien pro Minute einsetzbar. Das i-Sensys Fax L-140 ist zum UVP von 249,- Euro und das i-Sensys Fax L-160 zum UVP von 319,- Euro erhältlich. www.canon.de

SAT



Sat-Scart-Receiver mit CI-Schacht

Der Daewoo DW-320 Cutie ist ein digitaler Sat-Receiver zum Anstecken an den Scart-Anschluss eines TV-Displays. Um eine optimale Kabelzuführung zu erreichen, ist der Scart-Anschluss am Receiver um 180 Grad drehbar. So kann das Sat-Antennenkabel entweder von unten, seitlich oder von oben an den Adapter angeschraubt werden. 6.000 Speicherplätze für Fernseh- und



Radioprogramme, EPG Programmführer, Timer-Funktionen und Picture-in-Graphic (PIG) vervollständigen die Ausstattung. Der DW-320 Cutie ist der erste Miniatur-Scart-Receiver, mit dem man durch den Einsatz von Common Interface für Pay-TV CAM-Module (Conditional-Access-Module) auf Wunsch alle Pay-TV-Kanäle empfangen kann. Das Gerät unterstützt DiSEqC 1.2 und USALS und verfügt über RGB/CVBS-Video-Ausgänge. Die Tonausgabe erfolgt über analoge Stereoausgänge oder in Dolby Digital über einen optischen Ausgang. Mit seinen 12,5 x 8,5 x 3,2 cm macht sich der Receiver hinter jedem Display ganz klein und ist kaum zu sehen.

www.new-tech-products.com

DVB-S Twin Festplattenreceiver

Wisi bringt den neuen leistungsstarken DVB-S Twin Festplattenreceiver OR 54D in den Handel. Das Gerät hat eine 160-GB-Festplatte, zwei Tuner und zwei Common Interface Slots für den Einsatz von CA-Modulen (Conditional Access). Über die zwei Tuner des OR 54D lassen sich zwei Programme gleichzeitig unabhängig voneinander aufzeichnen und ein drittes Programm ansehen. Der OR 54D hat hinter der Frontklappe zehn Bedientasten zum einfachen Navigieren. Das 10stellige alphanumerische VFD-Display (Punkt-Matrix) besitzt eine hohe Leuchtdichte, bietet einen großen Betrachtungswinkel bei hohem Kontrast und eine gut lesbare Schrift. Der OR 54D stellt 6.000 Programmspeicherplätze für TV und Radio zur Verfügung und ist mit einem Teletextdecoder mit 1.000 Seitenspeichern ausgestattet. Zusätzlich lassen sich bis zu sechs individuelle Programmlisten anlegen.



Der Twin-Sat-Receiver ist mit einem S-VHS-Anschluss, einem RF-Modulator, einer RS-232-Schnittstelle für den Anschluss von Datengeräten sowie zwei Scart-Buchsen ausgestattet. Zudem bietet der OR 54D einen optischen sowie koaxialen Audio-Digital S/PDIF und einen analogen Audio L/R Ausgang. Der Receiver ist Unicable und Astra Duo tauglich, unterstützt Diseq 2.0 und hat eine automatische Bildschirmformatumschaltung in 16:9 und 4:3.

www.wisi.de

DSF erhöht Bildqualität im Digitalkanal

Seit Anfang Februar hat das DSF (Deutsche Sport-Fernsehen) die Bandbreite seines digitalen TV-Signals um nahezu 50 Prozent erhöht. Das DSF sendet jetzt auf einer maximalen Videobitrate von 8,0 Mbit/s bei einer Auflösung von 720 x 576 Bildpunkten, was für die höchstmögliche Bildqualität in der Standard-Definition-Auflösung sorgt. Pünktlich zum Start der Bundesliga-Rückrunde wird dadurch die Bildqualität des DSF Digitalkanals signifikant verbessert. „Mit der Kapazitätserweiterung schaffen wir die Basis für eine qualitativ hochwertige Verbreitung unserer Top-Sportevents, insbesondere der Fußball-Bundesliga“, freut sich Manfred Eisele, Leiter Herstellung des DSF. „Zuschauern, Werbekunden und Anbietern von Sportrechten können wir dadurch künftig ein erheblich verbessertes Programmsignal liefern.“

www.dsf.de

High-end-LNBs von Hama

Die Qualität der LNBs spielt eine große Rolle für die Leistungsfähigkeit einer Satellitenanlage. Die neue High-end-Serie Lysi von Hama ist in Schwarz gehalten und trägt ein gelbes Metall-Logo mit holografischem Farbeffekt. Beides findet sich auch auf der Verpackung wieder und garantiert einen hohen Wiedererkennungswert beim Kunden. Jeder LNB



durchläuft eine Einzelstückprüfung und weist mit einem beiliegenden Gerätepass seine individuell gemessenen Daten aus. Ob Grundverstärkung des Signals von über 55 dB, die Kreuzpolarisationsentkopplung oder die Rückflussdämpfung, alle Kennparameter der Lysi-LNBs sind detailliert aufgelistet. Der Frequenzgang beispielsweise bewegt sich innerhalb +/- 0,5 dB über das gesamte Band, die Stabilität des Local Oszillators bleibt im gesamten Temperaturbereich konstant. Das Frontend wird durch eine hauchdünne, goldfarbene Folie vor Nässe geschützt, die eine geringere Signaldämpfung aufweist

als die Kunststoffabdeckungen herkömmlicher LNBs. Beim Twin-, Quad- und Quad-Switch-LNB werden die F-Buchsen durch zwei Klappen mit den Ausschnitten für die Kabel verdeckt, die sich um 180° seitlich wegklappen lassen. Dadurch sind die Anschlüsse auch bei ungünstigen Montagebedingungen immer gut zugänglich. Beim Zusammenklappen rasten die beiden Flügel wasserdicht ein.

www.hama.de

USB-Tuner für Sat-Empfang am Mac

Mit der neuen Cinergy S USB Mac von TerraTec empfängt man eine Vielzahl digitaler TV- und Radioprogramme über Satellit (DVB-S) jetzt auch auf Apple-Computern. Dazu muss der USB 2.0-Tuner lediglich mit dem Mac verbunden werden. Die Cinergy S USB Mac deckt die ganze



Bandbreite des TV-Einsatzes ab, und der Computer wird zum leistungsfähigen Videorekorder. Neben einer umfangreichen Sender- und Favoritenverwaltung bietet die Tuner-Box auch eine komfortable Suchfunktion für den elektronischen Programmführer (EPG). Mit der EPG-Suche ist es möglich, wie bei Google mittels Stichworten wie Sendungstitel, mitwirkende Schauspieler oder Regisseur nach bestimmten TV-Sendungen zu fahnden und gleich zu programmieren. Zusätzlich werden iPods mit Videofunktion unter Mac OS X unterstützt.

www.terratec.de

Swisscom und Eutelsat liefern Breitbandzugang

Mit seinem satellitengestützten Ka-Band Breitbanddienst Tooway ist Eutelsat die Satellitenkomponente eines weitreichenden universellen Breitbandversorgungsprogramms der Gesamtschweiz. Swisscom und Eutelsat wollen ab sofort alle Bürger in der Schweiz ungeachtet des Standortes mit einem Breitbandanschluss versorgen. Tooway basiert auf dem von ViaSat entwickelten SurfBeam DOCSIS Breitband Satellitensystem und nutzt Ka-Band-Kapazitäten auf dem Eutelsat-Satelliten HOT BIRD 6 für den Vor- und Rückkanal. Von der Orbitalposition 13° Ost aus deckt HOT BIRD 6 die Schweiz komplett ab. Den Dienst stellt der Swisscom Internet Service Provider Bluewin bereit. Das kompakte Tooway Terminal besteht aus einer Außeneinheit mit einer 67-Zentimeter-Satellitenantenne sowie einer Inneneinheit oder Modem, die über eine Standard Ethernet Verbindung als Interface für den PC oder das hausinterne Netz dienen.

www.eutelsat.de

Perfekter Sat-Empfang nur mit hochwertigen Komponenten

Mit einer perfekt ausgestatteten Empfangsanlage läßt sich eine Vielzahl an TV- und Radiostationen empfangen, die über zahlreiche



Sönke Lorenzen

Satellitenpositionen ausgestrahlt werden. Je hochwertiger Verkabelung, Sat-Spiegel und das zum Empfang benötigte LNB sind, desto mehr Signale auch von weniger bekannten Satelliten können empfangen werden. Entsprechend wichtig ist die Verwendung hochwertiger Komponenten. „Egal, ob Sat-Spiegel, LNB, Kabel oder Steckverbindungen, jede Nachlässigkeit bei Materialqualität und unsachgemäße Installation können zur

Schwächung des Empfangssignals führen“, so Sönke Lorenzen, Geschäftsführer der SL communication & technology GmbH.

Eine wichtige Rolle spielt der Low Noise Block Converter, kurz LNB, der die vom Spiegel gebündelten Sat-Signale einfängt und in einen Frequenzbereich umsetzt, der über das Antennenkabel zum Empfänger übertragen werden kann. „Wird hier gespart“, führt Lorenzen aus, „währt die Freude am störungsfreien Empfang nicht lange. Dringt Wasser in das LNB

oder wurden die Steckverbindungen nicht ausreichend gegen Feuchtigkeit abgedichtet, beginnt die schleichende Verschlechterung des Signals.“ Außerdem sollten sich Käufer bei LNBs nicht von Floskeln wie „sehr geringes Rauschmaß“ beirren lassen. „Dieses sagt nichts über die Qualität eines LNBs aus. Viel wichtiger ist eine hohe Kreuzpolarisationsentkopplung, eine saubere Verarbeitung sowie eine hohe mechanische Festigkeit und ein guter Wetterschutz“, betont Sönke Lorenzen.

Zusätzlich ist zu beachten, dass das LNB nur ein Teil der ganzen Anlage ist. „Es bringt nichts, wenn man ein LNB mit 0,2 dB Rauschmaß zusammen mit einem günstigen Koaxialkabel mit zu geringer Abschirmung und einem zu kleinen Sat-Spiegel verwendet“, weiß Lorenzen. „Montiert man beispielsweise einen 85-Zentimeter-Spiegel anstelle eines 60-Zentimeter-Spiegels, erhöht sich der Signalgewinn meist um über 3 dB, also um mehr als das Zehnfache dessen, was ein LNB mit vorgeblich besserem Rauschmaß bringen könnte.“ Für spezielle Anwendungen wurden LNBs entwickelt, die die Installation erheblich vereinfachen. So sind Monoblock-LNBs zum Empfang von zwei Satelliten ausgelegt. LNBs mit terrestrischem Eingang bieten die Möglichkeit, die Hausantenne an das LNB anzuschließen und das terrestrische Signal in die Sat-Verteilung einzuspeisen. LNBs und Receiver nach dem Unicable-Standard kann man auch in Reihe anschließen und so eine vorhandene Ringverteilung nutzen.

www.sl-ct.de



Erster Sat-HDTV-Empfänger von NanoXX

NanoXX bringt eine hochauflösende Digitalbox für den TV-Satellitenempfang auf den Markt. Eine USB-2.0-Schnittstelle mit PVR-Funktion für digitale Videoaufnahmen auf externe Festplatten macht den 9500 HD zum Recorder. Neben dem Satellitenempfang ist der Receiver in der Lage, Dateien in den Formaten MP3, JPG, AVI und XVID wiederzugeben. Das gleiche gilt für die Wiedergabe von Filmen oder Fotos, die auf der externen Festplatte oder einem USB-Stick gespeichert sind. Neben einem HDMI-1.2-Ausgang und der Ethernetschnittstelle verfügt der NanoXX 9500 HD über eine RS-232-Schnittstelle sowie einen USB-2.0-Anschluss für beispielsweise eine USB-2.0-Fest-

platte oder einen entsprechenden Speicherstick. Außerdem sind ein optischer, ein koaxialer sowie ein analoger Audioausgang vorhanden. Zwei Scart-Anschlüsse, eine S-Video-Schnittstelle sowie ein YPbPr-Aus-



gang für den Anschluss an einen Beamer runden die Ausstattung des Receivers ab. Der integrierte „Blind Scan“ findet nicht nur TV-Sender, die mit breitbandigen MCPC-Paketen übertragen werden, sondern auch jene mit schmalen SCPC-Signalen wie die von „Turksat“.

www.matrixsystems.net

Metz: Immer erster Klasse

70 Jahre Technik made in Germany

Als eine der wenigen deutschen Traditionsmarken haben die Metz-Werke die Turbulenzen der vergangenen Jahrzehnte überstanden. Seit der Gründung 1938 steht die Marke für hohe Qualität, Innovation und Service. Damals wie heute spielt der Fachhandel bei Metz eine besondere Rolle, denn die richtige Beratung ist der Grundstein für zufriedene Kunden.

Die ersten vierzehn Jahre beschäftigte sich Metz mit dem Bau von Rundfunkgeräten und Musikschranken. 1952 erweitert das Unternehmen seine Aktivitäten um die Herstellung von Blitzgeräten für die Fotoindustrie. Nur drei Jahre später startet die Produktion von Fernsehgeräten für den Massenmarkt. Nach dem Bau eines neuen TV-Werkes 1966 beginnt nur ein Jahr später die Farbfernsehgeräte-Produktion, womit die Zirndorfer die Basis für die heutige Erfolgsstory legten.

Heute wird der größte Anteil des Umsatzes im Segment Consumer Electronics mit hochwertigen TV-Geräten erzielt. 1991 entsteht am Firmenstandort in Zirndorf ein eigenes Entwicklungszentrum. Nach dem Tod des Unternehmensgründers Paul Metz führt seine Frau Helene die

Geschäfte weiter. 1995 revolutioniert Metz die Fernsehwelt mit der Einführung seines modularen Chassis-Aufbaus der TV-Geräte sowie eines computerähnlichen Steckplatzsystems bei den TV-Chassis. Damit ist es erstmals möglich, eine unkomplizierte, individuelle, kundengerechte Auf-, Um- und Nachrüstung durch Fachhandelspartner „vor Ort“ vorzunehmen.

Nachrüstbarer PVR

Im Jahr 2000 erfolgt die Präsentation des ersten voll integrierbaren DVB-S Moduls für digitales SAT-TV, wobei erstmals auch ältere, seit dem vierten Quartal '97 produzierte TV-Geräte digital nachrüstbar sind. 2005 erscheinen die ersten selbstentwickelten LCD-TV Geräte „made in Germany“ (vorbereitet für HDTV) sowie

die neue Produktlinie Slim-TV mit deutlich reduzierter Gehäusehöhe bei Röhrenfernsehern auf dem Markt. Im letzten Jahr schließlich stellt Metz den ersten integrierbaren beziehungsweise nachrüstbaren Festplatten-Recorder (PVR) für HDTV-LC-Displays vor, der im Juni dieses Jahres erhältlich sein wird.

Mit diesem weltweit einzigartigen Konzept der Nachrüstbarkeit von aktuellen Technologien in älteren Geräten kann ein Metz-Käufer auch zu einem späteren Zeitpunkt individuelle Lösungen realisieren lassen. Der selektive Fachhandelsvertrieb ermöglicht es, diese Option zuverlässig in die Tat umzusetzen. Schließlich

Von den ersten Röhrenfernsehern bis zu dem aktuellen Display-Portfolio stehen für Metz Qualität, Zukunftssicherheit und Flexibilität an oberster Stelle, um individuelle Kundenbedürfnisse umzusetzen. Diese zu ermitteln, beratend zur Seite zu stehen und in die Tat umzusetzen, ist Aufgabe des Fachhandels.

gehört zu einem Premium-Gerät auch eine qualifizierte Betreuung. Kompetente Beratung, fachgerechtes Anliefern, Aufstellen und Erklären sind mit einem Metz-Gerät beinahe untrennbar verbunden. Und sollte es mal zu einem Service-Fall kommen, profiliert sich Metz mit extrem kurzen Abwicklungszeiten.

Ganz im Zeichen dieser Traditionen präsentiert sich auch der neue Primus 42 FHDTV. Ein hochwertiger Sockel aus gebürstetem, massivem Aluminium sowie eine entspiegelte

Kontrastfilterscheibe setzen ästhetische Akzente. Analoge und digitale Tuner für Kabel, Antenne sowie HDTV-Empfang sind bereits integriert und die Umrüstung auf Satelliten-Empfang (DVB-S2) vorgesehen. Zwei von außen zugängliche Einschub-Slots für CA-Module mit Smart Cards erlauben den Empfang verschiedener Pay-TV-Sender. Drei HDMI-Buchsen sowie eine DVI-I-Schnittstelle erlauben ebenso wie die USB-Schnittstelle den Anschluss aller aktuellen Signalquellen. www.metz.de



Euronics: Die Zukunft liegt in der Internationalität

Gütesiegel des Handels

Mit einer Steigerung des Zentralumsatzes um 4,8 Prozent auf rund 1,508 Millionen Euro im letzten Geschäftsjahr hat sich Euronics Deutschland als zweitstärkster Marktteilnehmer in Deutschland positioniert. Für 2008 geht man von einem guten Geschäftsjahr mit moderaten Wachstumsraten aus.

Das stärkste Segment ist und bleibt die Unterhaltungselektronik. Euronics erwirtschaftete in 2006/2007 einen Zentralumsatz von rund 1,140 Millionen Euro. Damit verzeichnete die Verbundgruppe einen Zuwachs von 3,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Treibende Kraft im größten Marktsegment waren Produkte der Unterhaltungselektronik. Ihr Anteil am Zentralumsatz betrug inklusive Warenbereich Foto 753 Millionen Euro.

Im Fokus der Verbraucher standen vor allem TV-Geräte mit LCD- oder Plasma-Displays, aber auch die mobilen Navigationsgeräte. Trotz Mengenwachstums in vielen Segmenten, machte sich der starke Preisverfall am Markt aber deutlich bemerkbar. Die Marke „Euronics – Best of Electronics“ wird zum Gütesiegel im Fachhandel für Consumer Electronics. Mehr als 1.000 Outlets haben das neue Markenkonzept bereits übernommen. „Unser Ziel ist es, insgesamt 1.200 Euronics-Marketeilnehmer zu gewinnen“, bekräftigt Werner Winkelmann, Vor-

standssprecher der Euronics Deutschland eG. In 2008 setzt Euronics die strategische Handelspartnerschaft mit der IFA weiter fort. „Unsere Zukunft liegt in der Internationalität“, so Winkelmann. „Durch eine verstärkte Zusammenarbeit auf



Werner Winkelmann (l.), Benedict Kober (r.): „Die Entscheidung zugunsten von Blu-ray bringt neue Impulse für den Verkauf von leistungsstarken Geräten mit integrierten Festplatten.“

dieser Ebene und eine internationale Markenpolitik sichern wir die Wettbewerbsfähigkeit des Fachhandels.“ Für dieses Jahr sieht sich die Verbundgruppe gut gerüstet und blickt optimistisch in die Zukunft. „In die-

sem Jahr können sich unsere Mitglieder auf beträchtliche Ausschüttungen durch die Zentrale freuen“, prophezeit Finanzvorstand Benedict Kober. Durch geschicktes Verhandeln mit den Finanzbehörden ist es Euronics gelungen, gut 37 Millionen Euro vom Finanzamt zurückzubekommen.

Neue Verkaufsimpulse

Mit der Entscheidung zugunsten von Blu-ray und damit dem voraussichtlichen Ende im Formatstreit um die DVD-Nachfolge rechnen die beiden Vorstände mit neuen Impulsen für den Verkauf. Denn voraussichtlich werden sich viele Verbraucher in diesem Jahr für leistungsstarke Geräte mit integrierten Festplatten interessieren. Die Nachfrage nach innovativen LCD-/ Plasma TV-Geräten sowie Navigationssystemen bleibt unvermindert hoch. „Neue Technologien wie Fernsehen über das Internet (IPTV) oder die Digitalisierung der Empfangstechnik wie zum Beispiel über DVBT werden im laufenden Jahr für weiteren Auftrieb im Markt sorgen“, so der Euronics-Vorstand.

Da diese modernen Technologien immer erklärungsbedürftiger werden, ist der Beratungsbedarf bei den Verbrauchern weiter gestiegen. Diese qualifizierte Beratungsleistung muss im wesentlichen der Fachhandel



Im letzten Geschäftsjahr konnte die Euronics-Zentrale einen deutlichen Umsatzzuwachs erreichen. Allein in der Consumer Electronics als stärkstem Segment wurde ein Zentralumsatz von 1,14 Millionen Euro erzielt. Damit konnte die Verbundgruppe zum wiederholten Mal ein Marktwachstum erreichen, das über dem Durchschnitt lag. Für dieses Jahr rechnet man mit einem weiteren Wachstumsanstieg.

erbringen. Durch ein weiter ausgebauten Händlerportal sieht man sich auch für den wachsenden Wettbewerb mit dem Internethandel gerüstet. „Die Marktentwicklung ist vom Verlust der Mitte geprägt. Es gibt zunehmend eine Polarisierung zwischen den preisorientierten Sorti-

menten und den qualitätsorientierten. Industrie und Handel müssen intensiver zusammenarbeiten, um eine höhere Wertschöpfung in den qualitativeren Produktsegmenten zu erzielen und den Kunden einen Mehrwert zu bieten“, fordert Winkelmann. www.euronics.de

Zwei neue α DSLRs, neue Kompakte plus digitale Rahmen und Drucker

Die Sony Foto-Offensive

Mit zahlreichen Neuheiten unterstrich Sony auf der PMA in Las Vegas seine Ambitionen auf einen vorderen Platz in der Rangliste der Lieferanten von Kameras und Fotoprodukten. Die Vorstellung von zwei neuen α -Spiegelreflexkameras und zahlreichen Cyber-shot Kompaktmodellen wurde ergänzt durch den Einstieg ins Segment „Digitale Bilderrahmen“ und vier neue Drucker.

Nach der Einführung der α 700 im Herbst letzten Jahres und der α 200 zur CES ließ Sony auf der PMA die digitalen Spiegelreflexmodelle α 300 und α 350 folgen. Damit hat das Unternehmen in den letzten fünf Monaten vier digitale Spiegelreflexmodelle eingeführt – ein klares Signal an den Fachhandel und an die Mitbewerber, dass Sony auch in der „Königsklasse“ deutliche Ambitionen hat. Diese unterstrich das Unternehmen zudem demonstrativ mit der Ankündigung einer professionellen digitalen Spiegelreflexkamera, die zum Jahresende auf den Markt kommen soll. Auf der photokina ist mit Einzelheiten zu rechnen.

zeichnet sich durch die Besonderheit aus, dass auch die 9-Punkte-Autofokus-Funktion der Kamera dank eines zweiten CCDs im Live-View-Modus funktioniert. Zudem können die Fotografen auf dem 6,8 cm/2,7 Zoll großen Display mit 231.000 Pixeln die Wirkung von Belichtungskorrekturen oder Weißabgleichereinstellungen in Echtzeit beobachten. Das Display lässt sich übrigens bei beiden Kameras um bis zu 130 Grad nach oben und bis zu 40 Grad nach unten schwenken, so dass die Live-View-Funktion gut für Aufnahmen aus ungewöhnlichen Blickwinkeln genutzt werden kann.

dazu kommt selbstverständlich die volle manuelle Kontrolle. Die Sony α 350 ist ab März, die α 300 ab April lieferbar. Der Preis beträgt 800,- Euro (α 350) bzw. 650,- Euro (α 300) für das Gehäuse. Im Set mit Objektiv DT 18–70 mm soll die α 350 900,- Euro, die α 300 750,- Euro kosten. Im Set mit den beiden Objektiven DT 18–70 mm und DT 55–200 mm beträgt der empfohlene Preis für die α 300 1.050,- Euro, für die α 350 1.100,- Euro.

Neue Cyber-shot Modelle

Mit acht neuen Cyber-shot Kompaktkameras geht Sony in die Frühjahrssaison. Neben hohen Lichtempfindlichkeiten und automatischer Gesichtserkennung, gehören je nach Modell auch



Neue Technologien im Kompakt-Design: die Cyber-shot T300.

Zehnfach-Zoom und HD-Fähigkeiten: die neue Cyber-shot H10.

LCD mit einer Auflösung von 230.000 Pixeln unterstreichen die komfortable Ausstattung. Die neueste Generation der automatischen Gesichtserkennung wird durch die „Smile-Shutter-Funktion“ ergänzt, bei der die T300 automatisch auslöst, wenn das Motiv lächelt. Sollte dennoch, zum Beispiel bei einer Gruppenaufnahme, eine Person nicht lächelnd abgelichtet werden, lässt sich mit den integrierten Möglichkeiten der Bildnachbearbeitung nachträglich ein Lächeln auf die Lippen zaubern, betont Sony in einer Pressemitteilung.

Erstmals ist die Cyber-shot T300 mit der „Intelligent Scene Recognition“-Funktion ausgestattet, erkennt selbsttätig die Art des Motivs (z. B. Portrait- oder Dämmerungsaufnahme) und wählt die besten Einstellungen für die entsprechende Situation. Im Advanced-Modus nimmt die Kamera das Foto sogar mit zwei verschiedenen Einstellungen auf, so dass der Fotograf hinterher das Ergebnis aussuchen kann, das am besten gefällt. Praktisch ist der neue Anzeigemodus „Daily View“, der alle gespeicherten Fotos nach Aufnahmedatum in einer Übersicht sortiert und sie als Miniaturansicht anzeigt. Alternativ dazu listet der Favoriten-Modus ausgewählte Lieblingsbilder auf, und der „Filter By Faces“ zeigt alle Bilder mit Gesichtern. Mit Hilfe eines optionalen HD-Komponentenkabels oder der Cyber-shot Dockingstation kann

die T300 problemlos mit einem HD ready Fernsehgerät verbunden werden. Bei Einsatz eines PhotoTV HD-kompatiblen Sony Bravia-Fernsehers werden die Bilder nicht nur in HD-Auflösung, sondern auch in einer noch brillanteren und für die Wiedergabe am Bildschirm optimierten Qualität angezeigt. Zusätzlich können die Fotos im Diashow-Modus der Kamera mit Musik unterlegt werden. Die Sony Cyber-shot T300 ist ab April erhältlich. Die Preisempfehlung beträgt 399,- Euro.

Superzoom: Cyber-shot DSC-H10

Mit der neuen Cyber-shot H10 stellt Sony eine Kamera mit Zehnfach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss vor, das einen Brennweitenbereich von 38–380 mm (KB-Äquivalent) abdeckt. Passend zur langen Brennweite hat Sony das neue Modell mit einem besonders leistungsstarken Blitzgerät ausgestattet, das im Zusammenspiel mit der maximalen Lichtempfindlichkeit von ISO 3.200 eine Reichweite von bis zu 14 m hat. Der doppelte Bildstabilisator „Super SteadyShot“ unterstützt auch Aufnahmen ohne Blitz bei wenig Licht. Für rasante Momente gibt es den Sport-Shooting-Modus, bei dem eine extrem kurze Verschlusszeit mit schnellem Autofokus verbunden wird.

Die Wahl des Bildausschnittes und



Die neuen digitalen SLRs α 300 und α 350 unterscheiden sich im wesentlichen durch die Auflösung des CCD-Bildsensors.

Die neuen Spiegelreflexkameras α 300 und α 350 richten sich jedenfalls an Aufsteiger, die von der Kompaktklasse in die Spiegelreflexliga wechseln möchten. Deshalb hat Sony bei den neuen Kameras, die sich im wesentlichen durch die unterschiedliche Auflösung von 14,2 Megapixeln (α 350) bzw. 10,2 Megapixeln (α 300) unterscheiden, besonderen Wert auf leichte Bedienung gelegt. Dazu gehört erstmals in der Sony-Familie die Live-View-Funktion für die Wiedergabe des Sucherbildes auf dem Display. Bei Sony heißt das Feature „Quick AF Live-View-Technologie“ und

Dank Bionz-Bildprozessor und der Dynamikoptimierung „D-Range Optimizer“ sollen mit den neuen Spiegelreflexkameras auch bei problematischen Lichtverhältnissen rauscharme Bilder mit ausgewogenen Kontrasten gelingen. Die maximale Lichtempfindlichkeit beträgt 3.200 ISO. Wie alle Kameras des Sony- α Systems sind auch die beiden neuen Modelle mit dem im Gehäuse integrierten Bildstabilisator „Super SteadyShot“ ausgestattet. Der Zielgruppe entsprechend werden die Anwender durch mehrere Automatikfunktionen und Motivprogramme unterstützt –

„Smile-Shutter-Funktion“ und die einfache Verbindung zu HD-Fernsehgeräten zur Ausstattung. In der Design-Klasse löst die Cyber-shot DSC-T300 die T200 ab. Sie bietet ein Fünffach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss mit einer Brennweite von 33–165 mm (KB-Äquivalent) und eine 10,1-Megapixel-CCD. Der Bionz-Bildprozessor ermöglicht neben besonders schneller Signalverarbeitung eine hohe Lichtempfindlichkeit von bis zu 3.200 ISO. Doppelter Verwacklungsschutz „Super SteadyShot“, Kontrastoptimierung und ein 8,9 cm/3,5 Zoll großes Clear Photo

die Kontrolle der Ergebnisse erfolgt über einen 7,6 cm/3 Zoll großen Clear-Photo-LCD-Plus-Monitor mit 230.000 Pixeln. Mehrere Bearbeitungsoptionen wie die Rote-Augen-Korrektur ermöglichen eine Verbesserung der Bilder auch nach der Aufnahme.

Auch diese Kamera unterstützt den Standard PhotoTV HD für die optimierte Bildwiedergabe auf entsprechend ausgerüsteten Bravia LCD-Fernsehern. Sie ist ab April 2008 erhältlich; die Preisempfehlung liegt bei 299,- Euro.

Die neue Cyber-shot W-Serie

Mit fünf neuen Modellen wertet Sony die Cyber-shot W-Serie auf, in die das Unternehmen jetzt alle wichtigen neuen Kompaktkamera-Technologien integriert hat. Alle neuen Cyber-shot W-Kameras sind mit automatischer Gesichtserkennung und Smile-Shutter-Funktion ausgestattet, enthalten den Bionz-Bildprozessor mit D-Range Optimizer für ausgewogene Kontraste, bieten eine höchste Lichtempfindlichkeit von ISO 3.200 und erfreuen Fotografen, die ihre Kamera gerne in althergebrachter Weise ans Auge nehmen, mit einem optischen Sucher.

Ein 32–128 mm Vierfach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss ist den Cyber-shot Modellen W110, W120 und W130 gemeinsam. Die W110 und W120 bieten eine Auflösung von 7,2 Megapixeln und einen 6,35 cm/2,5 Zoll großen Farbmonitor mit 115.000 Pixeln sowie 12 Motivprogramme. Die W120 bietet zu-



Die neue Cyber-shot W170 ist in verschiedenen Farben erhältlich.

Die neue Cyber-shot S750 ist schlanker und kompakter als das Vorgängermodell S700.

sätzlich den doppelten Bildstabilisator Super SteadyShot und ist in den Farben Schwarz, Silber, Blau und Pink zu haben. Die W130 gibt es wie die W110 nur in Silber, dafür aber mit 8,1 Megapixeln.

Diese Auflösung bietet auch die Cyber-shot W150, die zudem mit einem 30–150 mm Fünffach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss und einem 6,8 cm/2,7 Zoll LCD-Monitor mit 230.000 Pixeln ausgestattet ist. Mit Hilfe der „Intelligent Scene Recognition“ wählt die Kamera zudem automatisch die passenden Einstellungen zum jeweiligen Motiv. Das tut auch die Cyber-shot W170, die zudem 10,1 Megapixel bietet und deren Fünffach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss mit einem Brennweitenbereich von 28–140 mm eine besonders interessante Weitwinkelperspektive ermöglicht. Die W170 wird in den Farben Silber, Schwarz, Rot sowie einem extravaganten Goldton erhältlich sein, die W150 nur in Silber.

Die ersten neuen Cyber-shot W-Modelle kommen im März auf den Markt: die W120 zum UVP von 219,- Euro und die W130 (249,- Euro). Im Mai folgen dann die drei anderen Modelle W110 (189,-

Euro), W150 (269,- Euro) und W170 (299,- Euro)

S-Klasse für Einsteiger

In der Einstiegsklasse bietet Sony mit der Cyber-shot S750 jetzt ein Modell an, das dünner und kompakter ist als die Vorgängerkamera S700. Mit 7,2 Megapixeln Auflösung, einem 35–105 mm Dreifach-Zoomobjektiv und automatischer Gesichtserkennung macht sie auf einfache Weise gute Bilder – und das auch bei schlechtem Licht mit einer maximalen Empfindlichkeit von ISO 1.250. Umfangreiche Bedienungshilfen erleichtern die Handhabung der Kamera, die mit einem 6,35 cm/2,5 Zoll großen LCD mit 153.000 Pixeln ausgestattet ist. Sie kommt im März zum UVP von 159,- Euro auf den Markt.



Der richtige (digitale) Rahmen

Für das wachsende Marktsegment der digitalen Bilderrahmen bringt Sony jetzt drei interessante Modelle auf den Markt: Der Sony S-Frame DPF-D70 und der DPF-V700 sind mit einem 17,8 cm/sieben Zoll großen LCD-Bildschirm im 15:9-Format ausgestattet. Der S-Frame DPF-V900 bietet eine Diagonale von 22,8 cm/neun Zoll. Die Auflösung beträgt bei allen Modellen WVGA 800 x 480 Pixel. Die Rahmen können im Hoch- oder Querformat aufgestellt werden; die Bildrotation erfolgt automatisch. Die beiden S-Frames V700 und V900 sind mit dem Bionz-Imageprozessor ausgestattet und erlauben die Korrektur von Aufnahme Fehlern wie rote Augen sowie die Optimierung von Hauttönen, Bildscharfe und die Verbesserung von Belichtungsfehlern. Mit ihrem 512 MB großen internen Speicher

Sony Deutschland startet Cashback-Aktion für α700

Sony Deutschland hat eine Cashback-Aktion zur Förderung des Abverkaufs der digitalen Spiegelreflex-Kamera α700 angekündigt. Bis zum 31. Mai werden für jede in Deutschland erworbene Kamera dieses Modells 150 Euro erstattet, bei bestimmten Produktkombinationen gibt es sogar noch mehr Geld zurück.

So können Käuferinnen und Käufer folgender Kombis mit einer Erstattung von **200 Euro** rechnen:

- α700 mit 18–70mm Objektiv (DSLRA700K.CEE5)
- α700 mit 16–105mm Objektiv (DSLRA700P.CEE5)
- α700 mit 16–80mm Zeiss Objektiv (DSLRA700Z.CEE5)
- α700 (DSLRA700.CEE5) mit System-Blitz (HVL36AM.CEA)
- α700 (DSLRA700.CEE5) mit Vertikalgriff (VGC70AM.CE)

Um das Geld zu erhalten, genügt es, die Originalrechnung und den ausgeschnittenen EAN-Code (Barcode mit sichtbarer Seriennummer auf der Verpackung) sowie das vollständig ausgefüllte Aktionsformular an folgende Adresse zu senden:

Sony Service Team • Postfach 34 01 40 • 45073 Essen

Nach Überprüfung erhalten die Kunden die Originalrechnung zurück; die entsprechende Prämie wird überwiesen.

Das Aktionsformular kann Online auf www.sony.de heruntergeladen werden, hier findet der Kunde ebenfalls alle Details sowie die Teilnahmebedingungen der Aktion, die am 1. Februar gestartet ist.

bieten der S-Frame V700 und der V900 Platz für jeweils ca. 1.000 Fotos; beim D70 reichen 256 MB für bis zu 500 Bilder. Alle Modelle verfügen über Slots für die gängigen Speicherkarten. Zudem können Bilddateien von der Kamera oder einem PC über eine USB 2.0-Schnittstelle übertragen werden. Als Zubehör für den V700 und den V900 gibt es zudem einen Bluetooth Adapter für kabellose Übertragung, z. B. vom Fotohandy. Diese beiden Rahmen akzeptieren die Bildformate JPEG, TIFF oder BMP, der D70 nur JPEG.



Alle digitalen S-Frame Bilderrahmen machen mit ihrer glatten schwarzen Oberfläche einen hochwertigen Eindruck. Das Spitzenmodell V900 akzeptiert alle gängigen Speicherkarten.

optimieren. Die Sony S-Frame Bilderrahmen kommen im April auf den Markt. Die Preisempfehlungen betragen 150,- Euro (D70), 200,- Euro (V700) bzw. 250,- Euro (V900)

Neue Printer

Vier neue Fotodrucker runden den Kreis der Sony Neuheiten zur PMA ab. Die Modelle FP75 und FP65 brauchen zum Ausdruck eines Fotos im Postkartenformat eine gute Minute. Die mit einem Bionz-Prozessor ausgestatteten Drucker FP85 und FP95 schaffen das sogar in 45 Sekunden. Sie erlauben auch die automatische Bildoptimierung und sind mit einem HDMI-Ausgang zum Übertragen der Bilder auf einen HD-Fernseher ausgestattet. Die Bildauswahl bzw. -kontrolle erfolgt über ein Farb-LCD, das je nach Modell 6,0 cm/2,4 Zoll bzw. 9,0 cm/3,6 Zoll groß ist, bei Auflösungen von 112.000 bis 230.000 Pixeln. Die Drucker FP85 und

Zwei der neuen Sony Drucker, darunter das abgebildete Modell FP85, sind mit einer HDMI Schnittstelle zur Übertragung der Bilder auf HD Fernseher ausgestattet.



FP95 verfügen über Slots für alle gängigen Speicherkarten und erlauben Bildeffekte wie Sepia, Schwarzweiß, Gemälde usw. Die neuen Sony Drucker kommen im April auf den Markt. Die Preisempfehlungen betragen 120,- Euro für den FP65, 150,- Euro für den FP75, 170,- Euro für den FP85 und 200 Euro für den FP95.

Sony: Profi-SLR noch in diesem Jahr

Sony will noch in diesem Jahr die erstmals auf der PMA 2007 angekündigte digitale Profi-Spiegelreflexkamera auf den Markt bringen. Das gab das Unternehmen auf einer Pressekonferenz auf der PMA 2008 in Las Vegas bekannt und informierte dabei auch über die ersten technischen Details des zukünftigen Spitzenmodells.

Herzstück der neuen Profi-α wird ein von Sony selbst entwickelter 24,6 Megapixel CMOS Sensor im Vollformat 24 x 36 mm sein, der eine maximale Bildfolgegeschwindigkeit von ca. 6,5 Bildern pro Sekunde erlaubt (die tatsächliche Leistung der Kamera steht noch nicht fest). Trotz des großen Sensors wird die Profikamera mit dem ins Gehäuse eingebauten Bildstabilisierungssystem Super SteadyShot ausgestattet sein. Die Kamera wird laut Sony Ende 2008 auf den Markt kommen – deshalb ist zu erwarten, dass das Modell auf der photokina 2008, die vom 23. – 28. September in Köln stattfindet, zu sehen sein wird.



Auf der PMA noch unter Glas: Das neue „Profi-Flaggschiff“, das noch in diesem Jahr auf den Markt kommen soll.

Eine DSLR und vier Kompakte bei Canon

Canon hat sein Kamerasortiment zum Frühjahr um fünf Modelle erweitert. Neu im Programm sind die digitale Spiegelreflexkamera Canon EOS 450D, die farbenfrohe Canon Digital Ixus 80 und die drei Modelle Canon A470, Canon A580 und Canon A590 IS der PowerShot-Reihe.

Die EOS 450D ist konzipiert für alle kreativen Hobby-Fotografen, unabhängig vom Hintergrundwissen, und soll wieder einmal Bewegung in das Marktsegment für ambitionierte Spiegelreflexfotografen bringen. Dazu wurde das Schwestermodell der EOS 400D unter anderem mit einem 12,2-Megapixel-CMOS-Canon-Sensor ausgestattet. Der DIGIC-III-Prozessor für herausragende Bildqualität, extrem schnelles Reaktionsverhalten und eine schnelle Startzeit von 0,1 Sekunden (nach CIPA-Richtlinie) sind weitere Merkmale des neuen Modells. Weiterhin bietet die EOS 450D das EOS-Integrated-Cleaning-System, den neuen Auto-Lighting-Optimizer, einen drei Zoll großen Monitor mit Livebild-Funktion und ein verbessertes 9-Punkt-Weitbereich-



Die Canon EOS 450D richtet sich auch an SLR-Einsteiger.

AF-System. Nach Canon Angaben stand bei der neuen DSLR die professionelle Canon-EOS-1-Serie Pate. So finden sich in ihr diverse Leistungsmerkmale aus der Profiserie, unter anderem eine optimierte Menüführung zum Beispiel für die direkte Steuerung des Canon Speedlite 580EX II über das Kameradisplay. Mit 13 Custom-Funktionen lässt sich die Kamera personalisieren. Zur Bildspeicherung kommt erstmalig in einer EOS nicht mehr die CF-Karte

zum Einsatz. Die Neue speichert Bilddaten ausschließlich auf SD-Speicherkarten. „Aufsteiger“ aus der Kompaktklasse können so bereits vorhandene Speicherkarten weiterverwenden. Das Gehäuse wird ab März zum Preis von 749 Euro* erhältlich sein. Canon packt die Neue auch in ein Set mit dem Objektiv EF-S 18–55 mm 1:3,5–5,6 IS, das einen Bildstabilisator bietet. Der Setpreis ist 849 Euro*.

Die Digital Ixus 80 IS gibt's in vier Farben

Äußerlich fällt die neue Digital Ixus 80 IS durch ihr edles Gehäusematerial und die schicken Farben auf, im Inneren findet sich beachtenswerte Technik: Mit 8,0 Megapixeln und optischem Bildstabilisator ausgestattet, bietet die Kamera neben optimierter Gesichtserken-



Die neue Canon Ixus 80 IS gibt es unter anderem mit den Gehäusefarben Karamell und Candy Pink.

nung auch ganz neu Motion-Detection-Technologie. Damit werden neben dem Umgebungslicht auch Bewegungen der Kamera und des Motivs erkannt, so dass vor allem bei schwachen Lichtbedingungen noch bessere Fotos gelingen.

Die Digital Ixus 80 IS ist ab März in den vier Farbvarianten Klassisches Silber, Karamell, Schokoladenbraun und Candy-Pink zum Preis von 269* Euro erhältlich.

Drei neue PowerShots: A470, A580 und A590 IS

Farbenfrohe Kameras kommen auch in Canons PowerShot-Einsteigerklasse auf den Markt: In Silbergrau, Rot, Grün und Blau, mit 7,1 Megapixeln und 3,4fach-Zoom löst die neue PowerShot A470 ihre Vorgängerin, die A460, zu einem attraktiven Preis ab. Das

neue PowerShot Modell soll 139* Euro kosten und ab März lieferbar sein. Die Geschwister A580 und A590 IS sind – bis auf die Möglichkeit des Konvertereinsatzes und den Bildstabilisator beim IS-Modell – weitestgehend bau-



Canon PowerShot A470 in Grün

gleich. Beide sind ebenfalls ab März im Handel und sollen 179* bzw. 199* Euro kosten.

Alle drei Modelle unterstützen Speicherkarten der Typen SD, SDHC, MMC, MMCplus und HC MMCplus mit bis zu 32 GB Speicherkapazität. Alle drei bieten neben der optimierten Gesichtserkennung auch Motion-Detection-Technologie. Das 2,5 Zoll große Display lässt sich im automatischen Night-Display-Modus auch bei dunklen Lichtverhältnissen noch angenehm betrachten.

www.canon.de

* alle Preisangaben sind unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen

Sieben neue Fujifilm FinePix-Kameras

Die Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH hat sieben neue FinePix-Kameras vorgestellt. Topkameras unter den Neuheiten sind die FinePix S100FS, FinePix S1000fd und FinePix S8100fd. Darüber hinaus runden die FinePix 100fd, Finepix J10, FinePix J50 und FinePix Z20fd das Portfolio ab.

• Ein schwarzes, exzellent verarbeitetes Gehäuse, ein hochwertig vergütetes, lichtstarkes Fujinon-Objektiv mit 14-fachem Zoom und manuellem Zoomring sowie zahlreiche Tasten für individuelle Einstellungen, so präsentiert sich die FinePix S100FS von außen. Innen bietet das neue Modell unter anderem einen 11,1 Megapixel Super CCD, weiten Dynamikumfang, ISO-Werte bis 10.000, einen optischen Bildstabilisator und einen neuen Filmsimulationsmodus. Dieser ermöglicht es, aus einem Angebot von vier Modi den idealen „Film“ für das aktuelle Motiv zu wählen.

• Die neue FinePix S1000fd deckt mit ihrem Zwölf-fach-Fujinon-Objektiv eine Brennweite von 33 bis 396 mm ab. Der Bildsensor bietet über zehn Millionen Pixel.



Die 102,5 x 73 x 67,8 mm große Kamera ist mit einem 2,7 Zoll LCD-Monitor mit 230.000 Pixeln ausgestattet.

• Der Brennweitenbereich der neuen FinePix S8100fd deckt sogar den 18fachen Bereich von 27 bis 486 mm ab und bietet darüber hinaus eine „echte“ Weitwinkel-Einstiegsbrennweite. Die neue FinePix ist außerdem mit einem hochauflösenden Zehn-Megapixel-CCD ausgestattet, der auch bei offener Blende und im Telebereich für exzellente Aufnahmen sorgt.

Zusätzlich sorgt die Bildstabilisierungs-Technologie „Dual IS“ dafür, dass gerade auch im Telebereich keine verwackelten Aufnahmen entstehen.

• Bei der neuen FinePix F100fd stehen vor allem der neu entwickelte Super CCD VIII HR mit zwölf Megapixeln, der neue Real Photo Prozessor III und das hochwertige Fujinon-Objektiv mit einem Fünffach-Zoom für exzellente Bildqualität. Trotz ihres schlanken und kompakten Gehäuses ist die FinePix F100fd in der Lage, Motive



mit einem sehr starken Kontrast detailliert einzufangen. Der hohe Dynamikumfang ist im Automatik-, Landschafts- und manuellen Modus verfügbar. Besonders wirkungsvoll wird dies im 28 mm-Weitwinkel-Bereich.

• Sehr schlank und elegant präsentiert sich die neue FinePix J10.

Aber hinter dem sehr klaren Design verbergen sich zahlreiche Fotofunktionen, damit auch Einsteiger erstklassige Fotos schießen können. Mit einer Auflösung von 8,2 Megapixeln und der Lichtempfindlichkeit bis ISO 1.600 (bei voller Auflösung) sind scharfe Aufnahmen auch bei schwachem Licht oder bei sich bewegenden Motiven möglich. Der Motivscharfe-Modus verhindert automatisch Unschärfen durch Motibewegungen oder Verwacklungen der Kamera. Die FinePix J10 bietet auch ein 35–113 mm-Objektiv und ein 2,5 Zoll großes Display.

• Die neue FinePix J50 ist ebenfalls mit einem 8,2-Megapixel-CCD ausgestattet, deckt mit ihrem Objektiv aber einen fünffachen Brennweitenbereich von 37 bis 185 mm ab. Die Lichtempfindlichkeit dieses Modells reicht bis ISO 800. Das Betrachten der Fotos am



2,7 Zoll großen, leuchtstarken LCD mit 230.000 Pixeln ist besonders komfortabel. Das schlanke Gehäuse ist nur 23 mm dünn. Die FinePix J50 ist mit einem Motivscharfe-Modus und zahlreichen Aufnahmeprogrammen ausgestattet. Die J50 zeichnet auch Videos mit Ton auf.

• Die neue FinePix Z20fd ist eine ultrakompakte Design-Kamera, die in fünf Gehäusefarben zur Verfügung steht: Hellgrün, Rot, Blau, Pink und Schwarz. Zu ihren Ausstattungsmerkmalen gehören der Zehn-Megapixel-CCD und die hohe Lichtempfindlichkeit bis ISO 1.600 bei voller Auflösung. Darüber hinaus bietet die Z20fd Gesichtser-



erkennungstechnologie und eine Funktion zur Retusche von roten Augen. Mit der Fun-Funktion können Gesichter bei der Aufnahme mit witzigen Stempeln versehen werden. www.fujifilm-digital.de

Neue Lumix-Modelle von Panasonic

Mehr Marktanteile mit neuen Features

Zur PMA hat Panasonic sein Lumix-Kompaktkamera-Sortiment überarbeitet und neun neue Modelle vorgestellt – zum Teil mit ganz neuen Ausstattungsmerkmalen wie einer intelligenten Belichtungsautomatik oder der Super-Weitwinkel-Anfangsbrennweite von 25 mm (KB-äquivalent).

Bis auf die ausgesprochenen Einstiegerkameras sind alle neuen Lumix-Modelle mit dem neuen Venus Engine IV-Bildprozessor ausgestattet, der sich unter anderem durch noch schnellere Signalverarbeitung und wirksamere Rauschunterdrückung von seinem Vorgänger unterscheidet. Dabei wurde die „intelligente Automatik“ (iA) bei einigen Modellen um eine neue Funktion erweitert. Schon bisher wählten mit iA ausgestattete Lumix-Kameras automatisch das richtige Motivprogramm wie Portrait, Landschaft, Macro, Nacht-Portrait oder Nacht-Landschaft aus. Bei den neuen Lumix-Modellen TZ4, TZ5 und FX35 verbessert die Funktion „intelligente Belichtung“ zusätzlich Motive mit großem Kontrast, bei denen bislang auch das beste Motivprogramm an seine Grenzen stieß. Jetzt belichten die Kameras bei besonders kontrastreichen Motiven in den hellen Bildpartien etwas knapper und erhöhen zugleich in den dunklen Bereichen (und zwar nur dort!) die Empfindlichkeit, um eine Unterbelichtung

und dadurch verursachten Detailverlust zu vermeiden. Dort, wo es sinnvoll ist, hat Panasonic die Motivprogramme bereits mit der intelligenten ISO-Steuerung und der neuen intelligenten Belichtungsfunktion gekoppelt. Unabhängig davon lässt sich der Kontrastausgleich beim Fotografieren im Normalprogramm auch manuell aktivieren.

Super-Weitwinkel mit 25 mm Anfangsbrennweite (KB-äquivalent): die Lumix FX35.



Nachfolger für die Bestseller

Die neue intelligente Belichtungsfunktion gehört unter anderem bei den neuen Lumix-Kameras TZ4 und TZ5 zur Ausstattung. Die Nachfolger der bisherigen Bestseller TZ2 und TZ3 sind mit dem unveränderten Leica CD Vario-Elmar 3,3–4,9/28–280 mm ausgestattet; es wird bei der TZ5 mit einem neu entwickelten 9,1-Megapixel 1/2,33“-CCD-Sensor kombiniert. Zudem wartet die TZ5 mit einem extra großen 7,6 cm/3“-Monitor mit 460.000 Bildpunkten auf. Die TZ4 hat einen 8,1-Megapixel 1/2,5“-CCD-Sensor und einen 6,35 cm/2,5“ großen LCD-Monitor

mit 230.000 Pixeln. Beide Kameras erlauben die Aufnahme von Fotos im HDTV-Format 1.920 x 1.080 Pixel, die TZ5 kann zudem Videos im HD-ready-Format 1.260 x 720 Pixel aufzeichnen. Ein Komponentenausgang gehört bei beiden Modellen zur Ausstattung.

Super-Weitwinkel

Ein weiteres bemerkenswertes Modell ist die FX35 – eine Lifestyle-Kamera mit 22 mm schlankem Gehäuse, neuem 10,1-Megapixel 1/2,33“-CCD-Sensor und Leica DC Vario-Elmarit 25–100 mm (KB-äquivalent) Zoom-Objektiv. Bei diesem erweiterten Weitwinkel-Spielraum erweist sich der neue Belichtungsungleich für kontrastreiche Motive im erweiterten „Intelligent Auto“-Modus als besonders nützlich. Auch dieses Modell ist mit einem Komponentenausgang ausgerüstet und kann neben Fotos im HDTV-Format HD-ready-Videos mit 1.260 x 720 Pixeln aufnehmen.

Für zahlreiche Zielgruppen

Die weiteren Lumix-Neuheiten decken die wichtigsten Zielgruppen des Kompaktsegments ab – wie bisher sind alle Kameras mit optischem Bildstabilisator ausgestattet. Ein Vierfach-Zoom Leica



Extrem kompakte Reisekamera mit 10fach-Zoomobjektiv: die Lumix TZ5.

DC Vario-Elmar Objektiv mit einer Brennweite von 30–120 mm kennzeichnet die neuen 10,1-Megapixel-Lumix-Modelle FS20 und FS5. Die FS20 ist mit einem 7,6 cm/3“-Monitor ausgestattet; das Display der FS5 hat eine Diagonale von 6,35 cm/2,5“. Die Möglichkeit zur manuellen Belichtungssteuerung und ein Fünffach-Zoom Leica DC Vario-Elmar Objektiv zeichnen die neuen Lumix-Kameras LZ10 und LZ8 aus. Die Brennweite der LZ10 beträgt 30–150 mm, die der LZ8 32–160 mm (jeweils KB-äquivalent); die LZ10 bietet 10,1, die LZ8 acht Megapixel Auflösung. Für Einsteiger bringt Panasonic die Dreifach-Zoom-Kamera Lumix FS3 mit Leica DC Vario-Elmarit und einer Brennweite von 33–100 mm auf den Markt; in der Basis-Klasse schließlich rundet die Lumix LS80 mit 8,1 Megapixeln und Lumix DC Vario Dreifach-Zoom-Objektiv das Panasonic Digital-kamerasortiment ab.

www.lumix.panasonic.de

beyerdynamic: Aufwärtstrend setzt sich fort

Umsatzrekord in 2007

Die 1924 in Berlin gegründete und heute ein Heilbronn ansässige beyerdynamic GmbH & Co. KG hat sich in den letzten 75 Jahren zu einem internationalen Audio-Spezialisten entwickelt. Im letzten Geschäftsjahr erzielten die Heilbronner mit 34,5 Millionen Euro Umsatz ein Rekordergebnis.

Nach turbulenten Jahren Anfang des neuen Jahrtausends hat Dipl.-Ing. Wolfgang Luckhardt als Alleingeschäftsführer die Leitung des Unternehmens übernommen. Die drei Nachkommen des Firmengründers Eugen Beyer sind jedoch nach wie vor Gesellschafter von beyerdynamic und legen großen Wert darauf, den Betrieb als Familienunternehmen zu erhalten. Heute ist beyerdynamic in die vier Geschäftsbereiche „Conference & Presentation“, „Music &

Performance“, „Broadcast, Studio, Video & Production“, „Consumer Products“ sowie „Aviation“ untergliedert, um zielgruppengerecht auf die Kundenwünsche zu reagieren.

Turnaround nach nur drei Jahren

Mit einer vorsichtigen Umstrukturierung hat Luckhardt in drei Jahren den Turnaround geschafft und das Unternehmen auf die Gewinn-

spur gebracht. Im letzten Jahr stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 13 Prozent auf 34,5 Mio. Euro. Sowohl im Inland als auch im Ausland wächst das Geschäft seit 2003 stetig. Etwa zwei Drittel des Umsatzes entfallen inzwischen auf den Export, das heißt für 2007 eine Steigerung um 10,8 Prozent. Auch der deutsche Markt entwickelt sich positiv und liefert mit einem Wachstum von 16,8 Prozent einen wichtigen Beitrag zur Gesamtentwicklung. Das Ergebnis stieg überproportional um 57 Prozent gegenüber 2006. „Diese sehr gute Entwicklung ermöglicht uns die Finanzierung unseres Wachstums aus eigener Kraft. Wir konnten unsere



Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr 2007 konnte beyerdynamic den Aufwärtstrend der letzten Jahre fortsetzen. Der Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 13 Prozent auf 34,5 Mio. Euro. In den letzten vier Jahren erzielte das Unternehmen eine Umsatzsteigerung um 60 Prozent.

Strategie, nämlich gezielt unseren Prioritäten folgend zu investieren, planmäßig fortsetzen“, so das Resümee von Geschäftsführer Wolfgang Luckhardt. Die Ausweitung der Geschäfte umfasst alle Unternehmensbereiche. Der im

Inland stark umkämpfte Consumer Kopfhörer-Markt, derzeit der kleinste Geschäftsbereich des Audiospezialisten, verzeichnet einen Umsatzsprung von 31 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

www.beyerdynamic.de

Iqua - 100 Jahre Erfahrung im TK-Design

Design, Qualität und neuste Technologien zu praxisgerechten Produkten zu verbinden, ist das Ziel von Iqua. Das 2004 in Finnland von einer Gruppe hochkarätiger Manager aus dem Mobilfunkbereich gegründete Unternehmen vereint über 100 Jahre Telekommunikations-Know-how. Juha Reima (CEO), Jukka Honkanen (Member of Board) und Jouko Häyrynen (Director of Business Development) haben bereits 2004 erkannt, dass das Produktdesign einer der Schlüsselfaktoren für den Erfolg von Mobilfunk-Zubehör sein wird.

Derzeit umfasst das Produktportfolio der Finnen Bluetooth-Sprach- und Stereo-Headsets, Freisprecheinrichtungen sowie mobile Lautsprecher für den Anschluss an Mobiltelefone. „Um sich in diesem hart umkämpften Markt durchzusetzen, müssen unsere Geräte nicht nur stabil, sondern ansprechend sein“, so Jani Koivu, Vice President Sales EMEA.

Nicht umsonst haben sich Iqua-Headsets im vergangenen Jahr in anderen europäischen Ländern durchsetzen können. „In den letzten 15 Monaten haben in 30 Ländern große Distributoren unsere Produkte in ihr Programm aufgenommen“, so Jani Koivu weiter. In 2008 will man Deutschland aufbauen.

„Deutschland ist einer der wichtigsten, aber auch der schwierigsten Märkte“, so Jani Koivu. „Wir setzen auf Qualität, Design und Tragekomfort sowie eine klare Zu-



Jani Koivu

ordnung der Geräte auf bestimmte Einsatzbereiche.“ Klasse statt Masse heißt die Devise. Bisher hat sich diese Philosophie bewährt. So war Iqua in Frankreich im letzten Jahr in den Monaten Juni/Juli die Nummer 1 unter den BT Stereo Headset-Anbietern und hatte einen größeren Marktanteil als Nokia, Motorola und Sony. Der Fokus liegt auf Bluetooth-Stereo-Headsets. „Wir sind sicher, dass der Markt für innovative, hochwertige Produkte aufnahmefähig ist. Die Verbraucher suchen Produkte, die echten Mehrwert bieten und einfach zu bedienen sind“, führt Koivu aus. „Dabei legen wir Wert auf eine hohe Kompatibilität unserer Bluetooth-Produkte zu allen großen Mobilfunkmarken. So braucht sich der Anwender keine Gedanken darüber zu machen, welches Handy er besitzt.“

Im Zubehörgeschäft darf man sich keinen Fehler leisten. Um den Qualitätsstandard zu halten, arbeitet Iqua mit unabhängigen Testlaboratorien zusammen. Zum Marktstart in Deutschland wird in Kürze das BHS-603SUN in den Handel kommen. Es ist ein leichtes Headset mit integrierten Solarzellen. Auch hier verarbeiten die Finnen nur beste Materialien, denn die Solarzellen stammen vom deutschen Marktführer Schott AG. „Wir wollen, dass die Kunden mit unseren Produkten zufrieden sind und Iqua-Produkte immer wieder kaufen“, definiert Jani Koivu die Zielmarke für Iqua in Deutschland. www.iqua.com

Toshiba unterstützt Handel bei HD DVD-Playern

Nach gründlicher Überprüfung der gesamten HD DVD-Strategie hat Toshiba sich entschieden, künftig auf die Entwicklung, Fertigung und Vermarktung von HD DVD-Playern zu verzichten. Dennoch ist das Unternehmen nach wie vor der Meinung, mit HD DVD ein leistungsfähiges und preiswertes Diskformat geschaffen zu haben. Dies belegen zahlreiche Testergebnisse von Experten, auch der Marktanteil von bis zu über 70 Prozent in Deutschland spricht für die HD DVD. „Möglich geworden ist dieser

große Erfolg durch die gute und enge Zusammenarbeit mit dem Fachhandel“, so Frank Eschholz, Produktmanager bei Toshiba. Deshalb ist es Toshiba auch wichtig, den Handel hinsichtlich seiner HD DVD-Player zu unterstützen. Ein wichtiges Verkaufsargument für Toshiba HD DVD-Player sieht Eschholz



Frank Eschholz

in der Abwärtskompatibilität. „Durch die Upscaling-Qualitäten der HD DVD-Player ist ein Bild- und Tonerlebnis auch auf Standard-DVDs oder Audio-CDs gewährleistet. Kunden haben mit einem HD DVD-Player gleichzeitig einen universellen DVD-Player in absoluter Top-Qualität.“

Sollte ein Händler Probleme beim Abverkauf haben, wird Toshiba ihn finanziell unterstützen oder seine HD DVD-Player zurücknehmen. Darüber hinaus gewährleistet Toshiba auch in Zukunft den Produktsupport und Endkunden-Service seiner HD DVD-Produkte. www.toshiba.de

Die IFA sprengt den Rahmen.

Die wichtigste Messe für Consumer Electronics präsentiert erstmals den Bereich Home Appliances.



Die IFA ist und bleibt die wichtigste Ordermesse der CE-Industrie. Auf diesem einzigartigen Business-Event erleben Sie alle bedeutenden Marken sowie die neuesten Produkte und Trends der Consumer Electronics. Doch die IFA entwickelt sich auch zu einem Magneten für weitere Märkte: Wir freuen uns, Ihnen in diesem Jahr erstmals die herausragenden Marken der Hausgeräte-Industrie präsentieren zu können.

Menschen begeistern. Märkte erobern.
Auf der IFA 2008.

Berlin, 29. August – 3. September 2008

www.ifa-berlin.de

„Powerbooster“ für das HDMI-Signal

Mit dem neuen HDMI-Verstärker HC 55P von Clicktronic mit integriertem Equalizer gehören Qualitätsverluste bei längeren HDMI-Verbindungen der Vergangenheit an. Der Clicktronic HDMI-Verstärker überträgt das HDMI-Signal über bis zu 50 Meter nahezu verlustfrei. Ein eingebauter Equalizer gleicht das Signal ab und glättet es. Gleichzeitig verhindert die professionelle mechanische Fixierung der HDMI-Kabel Wackelkontakte. Der HC 55P ist konform zu HDMI 1.3 (bis 2,25 Gbps). Er unterstützt eine HDTV-Auflösung von bis zu 1080p. Außerdem werden HDCP-Signale sowie digitale Audio-Signale wie DTS und Dolby 71. übertragen. Das Metallgehäuse verhindert jegliche Störung durch Interferenzen, vergoldete Kontakte sorgen für die besten Verbindungen.

www.wentronic.de

Neuer iPod touch

Apple bringt ein neues Modell des iPod touch mit verdoppelter Speicherkapazität auf den Markt. Er speichert die doppelte Menge an Musik, Fotos und Videos und macht sie überall unterwegs verfügbar. Der iPod touch ist nun zusätzlich zum 16 GB Modell für 369 Euro und zum 8 GB Modell für 279 Euro auch in einer Ausführung mit 32 GB für 459 Euro erhältlich. Um den iPod touch benutzen zu können, ist ein Mac mit USB 2.0-Anschluss, Mac OS X v10.4.10 oder neuer und

HOME APPLIANCES@IFA

Was der Handel unter einem Dach vereint, zeigt die IFA jetzt in der gesamten Breite: Sie präsentiert die Groß- und Kleingeräte

der Elektro-Haushalts-Marken umfassend in einem neuen Bereich. Und auch hier stehen die zahlreichen Services der IFA allen Fachhändlern zur Verfügung.

iTunes 7.6 beziehungsweise ein Windows PC mit USB 2.0-Anschluss und Windows Vista oder Windows XP Home oder Professional (Service Pack 2) oder neuer und iTunes 7.6 erforderlich. www.apple.de

Drahtlose A/V-Funkübertragung

Der TV-Anywhere von Maritek ist ein Audio/Video-Funkübertragungssystem mit integriertem analogen Kabel-Tuner. So kann man zum Beispiel gleichzeitig im Wohnzimmer einen



anderen Film sehen als im Schlafzimmer. Der im Sender eingebaute Philips-Tuner legt dabei alle vorhandenen Sender in seinem Datenspeicher ab. Mit dem Gerät ist es möglich, TV-Signale bis zu 30 Meter durch Decken und Wände zu senden, im Freien sind sogar bis zu 100 Meter möglich. Der Sender wird direkt in den Antennenanschluss gesteckt und der dazugehörige Empfänger an das TV-Gerät. Damit entfällt das aufwendige Verlegen eines zusätzlichen Antennenkabels für den Zweitfernseher. Das gleiche gilt auch für DVD's, wenn sich der DVD-Player in einem anderen Zimmer befindet. Hierzu muss der Sender einfach nur an das Abspielgerät angeschlossen werden. Zum Lieferumfang gehört eine 6in1-Universal-Fernbedienung. Mit ihr kann nicht nur der TV-Anywhere gesteuert werden, sondern beispielsweise auch ein DVD-Player, das TV-Gerät, der Videorecorder oder ein Satellitenempfänger.

www.matrixsystems.de

Blu-ray Player von Panasonic

Herzstück des Blu-ray Player DMP-BD30 von Panasonic ist der neu entwickelte UniPhier-Prozessor. Er beinhaltet den PHL Reference Chroma Prozessor, der für klare und deutliche Farbtrennung sowie feinste Details



und Nuancen bei der Bildwiedergabe sorgt. Eine 16-stufige Bewegungserkennung sorgt für eine flüssige, klare und scharfe Bildarstellung auch bei schnellen Bewegungen. Um Filme auch zu Hause in Originaldarstellung zu sehen, bietet der DMP-BD30 zudem die 1080/24p-Wiedergabe. Ohne Umrechnung reproduziert der Player den Film im Originalformat. Eine HDMI 1.3-Schnittstelle mit Deep Color sorgt für die verlustfreie Übertragung der Daten zum Fernsehgerät oder Projektor. Die Picture in Picture-Funktion ermöglicht es, interaktive Inhalte der Disc anzuzeigen. Der 192 kHz/24bit D/A-Wandler sowie die Bitstream-Ausgabe der HD-Tonformate Dolby Digital Plus, Dolby True HD und DTS-HD sorgen für den passenden Klang. Dank integriertem SD-Kartenslot können Filmaufnahmen von Camcordern in voller HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten über den Blu-ray Player angeschaut werden. Der DMP-BD30 unterstützt neben Blu-ray Discs alle gängigen DVD- und CD-Formate sowie MP3, JPEG und

DivX. Dank integriertem Upscaler werden auch herkömmliche DVD-Inhalte mit nahezu HD-Qualität dargestellt. Über die VIERA Link-Funktion lässt sich im Zusammenspiel mit einem kompatiblen VIERA Fernsehgerät die komplette Anlage mit nur einer Fernbedienung in allen Funktionen steuern. www.panasonic.de

Stromsparende LC-Displays von Sharp

Umweltschutz fängt zu Hause an. Neben Größe, Design und technischer Ausstattung spielt das Thema Umweltverträglichkeit beim Elektronikkonzern Sharp, seinen Produkten und deren Herstellung eine große Rolle. So bieten sämtliche aktuell von Sharp vertriebene LCD-Fernseher einen Stand-by-Wert, der



weniger als 1 Watt beträgt, bei den Serien LC-XL2E und LC-X20E sogar nur 0,5 Watt. Beim Energiesparmodus „Eco-Mode“, den der Anwender per Knopfdruck über die Fernbedienung aktivieren kann, spart etwa der LC-37AD5E zirka 30 Prozent Energie gegenüber dem Normalbetrieb ein. OPC steht für Optical Picture Control und ist der automatische Lichtsensor der Aquos-LCD-Fernseher. Der Sensor misst die Helligkeit des Umgebungslichts und passt die Hintergrundbeleuchtung des Bildschirms daran an. Bei Dunkelheit reguliert der Fernseher automatisch die Lichtintensität nach unten und verbraucht entsprechend weniger Strom. www.sharp.de

Fernbedienbarer Flachbildschirmhalter

Vogels erweitert die Produktreihe EMO (Electronic Motion) fernbedienbarer Flachbildschirmhalter um TriMotor. Das System ist mit drei Motoren ausgestattet. Per Fernbedienung lässt sich der Bildschirm vor und zurück bewegen, um 15 Grad kippen und um 20 Grad nach links und rechts drehen. Die Fernbedienung ist mit einem „Auto-Home“-Knopf ausgestattet, mit dem der Bildschirm auf Knopfdruck in seine Ausgangsposition zurückgeführt wird. Das Screen Protection System (SPS) schützt Bildschirm und Wand vor Beschädigungen. TriMotor dient zur Befestigung mittlerer bis großer Bildschirme von 37 Zoll bis 52 Zoll. Gerdi Vogels, General Manager, erklärt: „Als führender Partner für Wandhalter wird der Akzent 2008 darauf liegen, der steigenden Nachfrage nach fernbedienbaren Halterlösungen zu entsprechen. TriMotor ist das fünfte ferngesteuerte Produkt, das wir in

den letzten sechs Monaten auf den Markt gebracht haben. Weitere Neuheiten werden 2008 folgen.“ www.vogels.com

Blu-ray-Verkaufszahlen steigen

In Deutschland sind in der zweiten Januarwoche 2008 doppelt so viele Blu-ray Player wie HD-DVD-Abspielgeräte verkauft worden – die Playstation-3-Verkäufe nicht mitgerechnet. Damit bestätigen die aktuellen Zahlen der GfK den Trend aus den USA: Seit der klaren Entscheidung von Warner für Blu-ray steigt der Absatz von Playern kontinuierlich. „Das sind gute Nachrichten für uns und den Handel“, sagt Thilo Röhrig, Vorsitzender der Blu-ray Group Deutschland. Schließlich ist zu erwarten, dass das gestiegene Konsumenten-Interesse am Blu-ray Standard am POS für mehr Umsatz sorgt. Um den Trend der letzten Wochen optimal zu nutzen, wird die Blu-ray Group Deutschland den Handel in den kommenden Monaten mit maßgeschneiderten POS-Aktionen besonders unterstützen. „Wir versuchen, gezielt zusätzliche Verkaufsimpulse zu erzeugen, um die Nachfrage nach Blu-ray noch weiter zu steigern“, sagt Thilo Röhrig. „Das Vertrauen der Konsumenten in unser Format ist da. Das gilt es jetzt zu nutzen.“ www.blu-ray-experience.de



Thilo Röhrig

Der universelle und ohne Werkzeug zu montierende iPod-Controller eX-10 von Alpine ermöglicht den Anschluss des iPod an jede beliebige Headunit in jedem Fahrzeug. Dazu wird der eX-10 einfach an einer beliebigen Stelle auf dem Armaturenbrett positioniert und mit dem iPod verbunden. Sofort übernimmt der eX-10 die Verwaltung des Players, während die Steuerung über die beliebige Infra-rotfernbedienung erfolgt. Das Audiosignal wird vom eX-10 drahtlos über UKW auf einen freien Sendeplatz des Radios übertragen. Die Stromversorgung des Controllers erfolgt über den Zigarettenanzünder. Auf dem 6,1 Zentimeter großen Farbbildschirm des eX-10 werden alle Menüs, Playlisten und Suchfunktionen übersichtlich dargestellt. Der eX-10 lässt sich dank eines integrierten Mikrofons serienmäßig als Bluetooth-Freisprecheinrichtung fürs Handy nutzen. Die Sprachwiedergabe erfolgt über die Autolautsprecher oder den integrierten Lautsprecher im Gerät selbst. www.reflecta.de

iPod-Controller eX-10

Der universelle und ohne Werkzeug zu montierende iPod-Controller eX-10 von Alpine ermöglicht den Anschluss des iPod an jede beliebige Headunit in jedem Fahrzeug. Dazu wird der eX-10 einfach an einer beliebigen Stelle auf dem Armaturenbrett positioniert und mit dem iPod verbunden. Sofort übernimmt der eX-10 die Verwaltung des Players, während die Steuerung über die beliebige Infra-rotfernbedienung erfolgt. Das Audiosignal wird vom eX-10 drahtlos über UKW auf einen freien Sendeplatz des Radios übertragen. Die Stromversorgung des Controllers erfolgt über den Zigarettenanzünder. Auf dem 6,1 Zentimeter großen Farbbildschirm des eX-10 werden alle Menüs, Playlisten und Suchfunktionen übersichtlich dargestellt. Der eX-10 lässt sich dank eines integrierten Mikrofons serienmäßig als Bluetooth-Freisprecheinrichtung fürs Handy nutzen. Die Sprachwiedergabe erfolgt über die Autolautsprecher oder den integrierten Lautsprecher im Gerät selbst. www.reflecta.de



Für den Anschluss und die Nutzung beliebiger Funktionen des eX-10 spielt es übrigens keine Rolle, ob es sich beim betreffenden Radio um ein State-of-the-Art-Modell handelt oder das Röhrengerät in einem Oldtimer. www.alpine.de

Noise Isolation Kopfhörer

Reisen kann so angenehm sein: Die Lieblingsmusik im MP3-Player, Kopfhörer auf die Ohren, Entspannung pur. Oder doch nicht, denn in Bus, Bahn oder Flieger wird die Ruhe oft durch die zahlreichen Umgebungsglärm gestört. Ein völlig neues Klangerlebnis ohne nervende Nebengeräusche hingegen verspricht der Noise Isolation InEar-Kopfhörer SRI NI 60 von Vivanco. Möglich macht's ein spezieller Memoryschaum, der sich im Ohr ausdehnt und der Passform des Trägers anpasst. Umgebungsglärm werden damit bis zu 95 Prozent ausgeblendet. Die speziellen Ohrpassstücke aus Memoryschaum bieten nicht nur eine hervorragende Abdichtung nach außen, sondern durch ihren guten Sitz auch einen optimalen Tragekomfort. Dank der hochwertigen Treiber liefert der SRI NI 60 das volle Spektrum von Bässen und Höhen. Unterwegs schützt eine attraktive Tasche die InEar-Kopfhörer. Zum weiteren Lieferumfang gehören zwei Paar Ohrpassstücke in unterschiedlichen Größen. www.vivanco.de

Heimkino-Leinwand

Für das private Heimkino ist höchste Qualität der Leinwände ein entscheidendes Kriterium. Die reflecta GmbH bietet mit der neuen „Cosmos“-Modellreihe stationär montierbare Lichtbildwände, die in robusten und formschönen Alu-Profilkästen montiert und motorisch betrieben werden. Die „Cosmos“-Serie ist in den verschiedensten Farbvarianten und Größen (150 x 150 cm bis 300 x 300 cm) erhältlich. Die „Cosmos“-Lichtbildwände werden mit einem platzsparenden und geräuscharmen Rohrmotor mit integriertem Endlagenschalter aus- und eingefahren. Die vielseitige Lichtbildwand ist in allen Zwischenhöhen zu stoppen, womit sich die Präsentationsgröße problemlos unterschiedlichen Projektionsformaten anpasst. Das Auf- und Abrollen der Lichtbildwandfläche erfolgt mittels eines in der Stahlrohrwelle eingebauten, platzsparenden und geräuscharmen Rohrmotors mit integriertem Endlagenschalter. Der kompakte Profilquerschnitt bietet ideale Voraussetzungen zum Einbau in Zwischendecken oder an Stellen mit wenig Platz. Mittels Einbaurahmen lassen sich die Leinwände nahezu unsichtbar in eine Zwischendecke versenken. Die exakt dimensionierte Präzisionsstahlrohrwelle gewährleistet eine optimale Planlage und tadelloses Aufrollen der Lichtbildwandfläche. www.reflecta.de

JVC tritt 2008 mit neuen Camcorder-Modellen an

Neue Ausstattungsmerkmale

Mit einer ganzen Flotte neuer Geräte zeigt JVC in diesem Jahr Präsenz im Camcorder-Markt. Alle Neuheiten des Jahres zeichnen sich durch verbesserte oder komplett neue Ausstattungsmerkmale aus, bei einigen Modellen konnten darüber hinaus die Abmessungen deutlich kompakter gestaltet werden. Das Portfolio für 2008 umfasst zwei Full HD Hard Disk Camcorder mit 1.920 x 1.080 Pixeln Auflösung, sieben HDD Modelle der Everio G Serie, die in drei bzw. vier verschiedenen Gehäusefarben zu haben sind, sowie vier Mini DV Camcorder.

Absolut kompakt zeigen sich die neuen HD Festplatten-Camcorder GZ-HD6 und GZ-HD5, die ab April ausgeliefert werden: Im Vergleich zum aktuellen Modell GZ-HD7 sind sie insgesamt 45 Prozent kleiner. Weiterentwickelt wurde darüber hinaus die Technik der 1.920 x 1.080 Full HD Geräte. So erfolgt die Ausgabe jetzt mit 1.080P, und für die Farben ist ab sofort die neue x.v.Color Technologie verantwortlich. Diese sorgt für einen größeren Farbbereich und in Kombination mit dem Drei-Chip-CCD für eine optimale Farbwiedergabe. Während das üblicherweise eingesetzte (sRGB) System nur etwa 55 Prozent der existierenden Farben darstellen



Kompakter als die Vorgängermodelle präsentieren sich die HD Festplatten-Camcorder GZ-HD5 (l.) und GZ-HD6 (oben).

kann, ist x.v.Colour laut JVC in der Lage, bis zu 100 Prozent der Farben darzustellen. Das Plus an Farben ist dabei speziell in den grünen und gelben Bereichen zu erkennen.

GZ-HD5 und GZ-HD6 sind außerdem mit einer speziellen High Definition-Optik von Fujinon ausgestattet. Fujinon ist Marktführer bei professionellen Optiken für

High-Definition Filme. Die hier eingesetzten Spezialoptiken zeichnen sich durch ein Zehnfach-Zoom mit nahezu gleichbleibender Helligkeit (1:1,8–1:1,9) über den gesamten Zoombereich aus.

Wie von den Geräten der GZ-Serie gewohnt, nehmen auch bei den neuen Modellen einzelne, voneinander unabhängige CCDs die drei Primärfarben (Rot, Grün, Blau) auf und garantieren so eine hochpräzise Farbdarstellung. Dabei zeichnen die CCDs das Bild in der nativen 16:9-Auflösung auf, um das Betrachten und das Erstellen der HD-Aufnahmen auf DVD oder Blu-ray ohne verlustreiche Formatumwandlung zu ermöglichen. Wiedergabe und Archivierung der Filme, die mit dem GZ-HD5 oder GZ-HD6 produziert werden, sind auch mit der optionalen HD DVD Share Station CU-VD40 möglich. Mit ihr lässt sich eine HD-Daten-Disc einfach ganz ohne PC erstellen.

Die unverbindlichen Verkaufsempfehlungen lauten: GZ-HD5: 1.299 Euro, GZ-HD6: 1.599 Euro.

HDD Camcorder Everio G mit vier Gehäusefarben

Die ohnehin schon extrem kleinen HDD Camcorder der Everio G Serie von JVC zeigen sich in diesem Jahr um zwölf Millimeter schmaler als die Vorgängermodelle. Zu haben sind die kompakten Geräte in den drei bzw. vier Farben Rubinrot, Azur-Blau, Silber und (das

Modell GZ-MG435) Schwarz. Die Modelle GZ-MG330/335/365/435 und 465 sind bereits auf dem Markt, ab März kommen die beiden Modelle GZ-MG530 und GZ-MG730 hinzu.

Neu bei den Geräten des Modelljahres 2008 ist die Laser Touch Bedienung. Über sie ist die Steuerung des Camcorders ohne Berührung des Monitors in drei Schritten möglich: Zunächst wird das Menü durch einen Knopf unterhalb des Displays aufgerufen, dann wird per Finger über eine Bildlaufleiste der gewünschte Menüpunkt ausgewählt. Diese Wahl wird anschließend durch Druck eines weiteren Knopfes unterhalb des Monitors bestätigt.

Neu bei der aktuellen Gerätegeneration ist auch der Einsatz von Konica Minolta Optiken statt



Die neuen Modelle der Everio G Serie von JVC gibt es in drei bzw. vier Farben.

der JVC-eigenen Objektive. Die in den neuen Modellen eingebauten Objektive bieten eine verbesserte Bildhelligkeit (F 1:1,8 statt 1:2,0 bei der 2007er-Generation) sowie einen größeren Weitwinkel und einen erhöhten Zoombereich. So beginnt der Brennweitenbereich jetzt bei 36 mm statt 39 mm, und der kleinstmögliche Bildausschnitt lässt sich maximal 35fach statt 34fach vergrößern.

Verbessert wurde auch das Energiemanagement. War es bisher erforderlich, den Powerknopf zu drücken und das Display auszuklappen, um den Camcorder in Betrieb zu nehmen (bzw. umge-

kehrt zu verfahren, um ihn wieder auszuschalten), so schalten sich die neuen Kameras beim Öffnen des LCDs automatisch ein bzw. beim Schließen automatisch aus; außer, wenn der USB-Anschluss genutzt wird.

20 im Gerät programmierte Titel können zur Erstellung eines Titels für eine Wiedergabeliste ohne PC genutzt werden. Auch das Brennen des editierten Videos direkt auf eine DVD ist möglich.

Videoaufnahmen können auf der Festplatte oder auch auf Speicherkarte (microSD) erfolgen – und auch auf das jeweils andere Medium kopiert werden. Vorteile der microSD sind ihre stoßgeschützte Positionierung und der einfache Datenaustausch mit Peripheriegeräten, während die Festplatte ihren Vorzug vor allem in der hohen Kapazität hat.

Abgerundet wird die Everio G Serie ab März durch die beiden Hard Disk Camcorder GZ-MG530 und GZ-MG730, die mit ihrem Fünf- bzw. Sieben-Megapixel-Chip und ihrer Konica Minolta Optik professionelle Foto- und Videoergebnisse ermöglichen. Bei beiden Modellen setzt JVC den mit 1/2,5" (zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses) größten CCD-Chip im Camcorder-Bereich ein. Der Mega-CCD zeichnet sich durch hohe Empfindlichkeit und eine absolut rauscharme Verarbeitung aus und ermöglicht klare und qualitativ hochwertige Bilder. Dabei hat der RGB-Farbfilter entscheidenden Anteil an den lebendigen, satten Farben der Aufnahmen. Auch unter ungünstigen Lichtverhältnissen ermöglicht die hochempfindliche, spezielle Bildverarbeitung eine ausgesprochen natürliche und helle Farbe.

Bei den Mini DV Camcordern des Jahres 2008 hat JVC die Kompaktheit neu definiert

In einem neuen, kompakten und kleineren Design als die Vorgängermodelle präsentieren sich die aktuellen Mini DV Camcorder des Jahres 2008: Mit einer maximalen Höhe von 74 mm erreichen der GR-D815, GR-D818, GR-D825 und der GR-D860 annähernd die gleiche Größe wie die 2007er Everio Modelle. Neben dem kompakteren Design ebenfalls neu sind der 35fache optische Zoom, die automatische LCD-Hintergrundbeleuchtung, die automatisch kontrolliert und dem aktuellen

Umgebungslicht angepasst wird, sowie das On-Screen Display. Dieses ermöglicht eine einfachere Bedienung und bietet ein mehrsprachiges On-Screen Menü, das beim Modell GR-D860 zwölf Sprachen umfasst. Die DigiPure 3D Noise



Reduction (3D NR) verringert das Videorauschen um bis zu 30 Prozent (2 dB) und verbessert die Bildqualität. Dies macht sich besonders in Bereichen mit wenig Licht bemerkbar. Das neue Auto Power Management System schaltet den Camcorder an oder aus, wenn der LCD-Monitor geöffnet oder geschlossen wird. Bei den Vorgängermodellen musste dazu noch der Power-Knopf bedient werden. Zeitlupebilder werden mit Ton in Echtzeit auf dem DV-Band aufgezeichnet und wiedergegeben. Zusätzlich können während der Wiedergabe von Szenen, die im Aufnahmemodus 4:3 in der normalen Geschwindigkeit aufgezeichnet worden sind, über die Live Slow Funktion, in Zeitlupe wiedergegeben werden (beim Modell GR-D860). Weitere Ausstattungsmerkmale der JVC Mini DV Camcorder sind der spiegelfreie 16:9 LCD-Monitor (6,9 cm), das Steuerkreuz am LCD für eine einfache Bedienung, das automatische, helle Power-LED-Videolicht, die gleichzeitige Film- und Fotoaufnahme und beim GR-D860 ein SD-Karten-Schacht. Die unverbindlichen Preiseempfehlungen für die Modelle GR-D815, GR-D818 und GR-D825 lautet 249,95 Euro, der GR-D860 soll für 299,95 Euro verkauft werden.



Die 2008er-Modelle der Everio G Serie lassen sich bedienen, ohne den Bildschirm berühren zu müssen.

Harman Kardon: Weltpremiere in München

Evolution einer Marke



Seit über 50 Jahren entwickelt, produziert und vertreibt Harman Kardon weltweit erfolgreich Audio-Komponenten der Spitzenklasse. Getreu dem Anspruch des Unternehmens, Produkte für Menschen zu entwickeln, haben die Amerikaner jetzt in München ihre erste Produktlinie im neuen Design der Weltöffentlichkeit vorgestellt.

Die Marke Harman Kardon hatte ihren großen Auftritt am 12. Februar in der BMW Welt in München. Der besondere Anlass, um mit über 300 international geladenen Gästen zu feiern, war die Weltpremiere des neuen Harman Kardon Designs. Die komplett neue Produktlinie präsentierte erstmalig ihr neues, minimalistisches Produktdesign und faszinierte mit überraschenden Systemlösungen. Die Veranstaltung begann um 16.00 Uhr im Doppelkegel der BMW Welt mit Präsentationen von Kent Mørk, dem Managing



Kent Mørk: „Das neue Design der Harman Kardon-Linie ist so beschaffen, dass es ein emotionales Band zwischen dem Produkt und seinem Besitzer knüpft.“

Director von Harman Consumer Group International, von Harman Kardon Designer Daniel Ashcraft und dem Designer Bernd Eigenstetter. Alle drei Redner verdeutlichten, wie wichtig das Industriedesign neben der Technologie für die Kaufentscheidung des Konsumenten ist. Heute ist Unterhaltungselektronik ein zentraler Bestandteil des Wohnraums und soll sich optisch in das Wohnambiente integrieren. Der Designer Daniel Ashcraft (Ashcraft Design) schuf ein neues, unverwechselbares Erscheinungsbild, das zukünftig die Harman Kardon-Komponenten kleiden wird. „Die neue Harman Kardon-Linie ist so beschaffen, dass sie ein emotionales Band zwischen dem Produkt und seinem Besitzer knüpft“, so Ashcraft. Am Beispiel der A/V-Receiver-Ränge erläutert Daniel Ashcraft das Designkonzept. „Das Harman Kardon-Design, die Materialien, Farben, Oberflächen und Details wurden so ausgewählt, dass sie die Leistung der neuen A/V-Receiver am Markt transportieren.“

Der bekannte Harman Kardon-Lautstärkereger erscheint nun in einem in Weiß illuminierten Ringdesign, eingefasst von einem dünnen Aluminiumband – ein Hingucker. Er vereinigt Licht, die Seele von Videowiedergabe, mit dem kostbaren Metall edler Audiowiedergabe. „Dies ist eine visuelle Metapher, die in der spiegelnden Oberfläche des Displays reflektiert wird“, erläutert Ashcraft.

Perfekte Kulisse

Zum Launch des neuen Harman Kardon Designs und seiner Philosophie konnte es keinen besseren Veranstaltungsort geben als die BMW Welt. Sie zeichnet sich durch ein faszinierendes Design, manifestiert in ihrer Architektur, aus. Die Marke BMW drückt mit der Konzeption der BMW Welt ebenso ihren Stil-Anspruch aus. Darüber hinaus sorgen Harman Kardon-Systeme für ein klangvolles, qualitativ hochwertiges Infotainment-erlebnis in Fahrzeugen von BMW, Mercedes-Benz und Land Rover. Der Höhepunkt des Abends war die Öffnung des „roten Vorhangs“: Gegen 19 Uhr schnitt ein Laserstrahl in die Stahlwand zum Aus-

Nach über 50 Jahren klassischer Optik hat Harman Kardon jetzt in der Münchner BMW Welt vor 300 geladenen Gästen das Geheimnis um seine neue Designsprache gelüftet. Damit unterstreicht das Unternehmen, wie wichtig neben den technischen Werten der optische Eindruck moderner Geräte ist.

stellungsraum. Sie versank langsam im Boden und gab den Blick auf die neuen Harman Kardon-Komponenten frei. Ein Lasertunnel und die Musik eines Saxofonisten zogen die Gäste in den Raum. Stars der Produktpräsentation waren die 7.1-Kanal-Receiver AVR 355 und AVR 255 sowie der 5.1-Kanal-Receiver AVR 155. Sie machen das Film- und Musikerlebnis perfekt. Details wie High Definition Multimedia (HDMI™)-1.3, Dolby TrueHD und DTS Master Audio Dekodierung oder das neu entwickelte, intuitiv bedienbare Bildschirmenü sind die Garanten für ein exklusives Home-Entertainment.

unabhängig voneinander ab. „In naher Zukunft lassen sich die Navigations- und Multimedia-systeme von Harman Kardon mit den Home Solutions der Marke verbinden. Zum Beispiel dockt der Kunde sein Guide + Play an seine Harman Kardon Heimkinoanlage und hört auf dem PND gespeicherte Musiktracks über seine Anlage. Oder er lädt sich auf dem

OLYMPIA **WWW.BRAND 800**

INTERNET-RADIO-MICROANLAGE
mit Ethernet und WLAN,
CD-Player,
USB-Steckplatz/
SD-Kartenfach



Mehr Informationen erhalten Sie unter:
www.olympia-business.de **OLYMPIA**

Auch der neue Festplatten-Mediaserver von Harman Kardon, das DMC 1000 Digital Media Center, stand im Fokus der Besucher. Er hat auf seiner 250 GB großen Festplatte Platz für über 60.000 Songs in fast jedem Format – und spielt diese in bis zu vier verschiedenen Hörzonen gleichzeitig und

DMC 1000 gespeicherte Songs auf seine SD-Karte und hört sie über das Guide + Play“, sagt Thomas Schnaudt, Product Manager Mobile Solutions bei Harman Deutschland GmbH. Das ist die Vision vom Systemanbieter Harman Kardon.

www.harmankardon.com



Die wahren Stars des Gala-Abends waren die Geräte der neuen Design-Serie von Harman Kardon. Aus allen Bereichen der Unterhaltungselektronik kann sich der Kunde sein System zusammenstellen.



Leidenschaft und Dynamik zeigten die Tänzer bei der Enthüllung der neuen Geräte. Und eben diese Leidenschaft ist es auch, welche Harman Kardon seinen Kunden künftig vermitteln möchte. Materialien, Farben, Oberflächen und Details wurden so ausgewählt, dass sie die Leistung der neuen Produkte bereits optisch am Markt transportieren und bei den Konsumenten Begehrlichkeit schaffen.



Auch nach dem offiziellen Teil wurde deutlich, aus welcher Branche das Unternehmen stammt. So konnten sich die Gäste bei rassistischer Musik und akrobatischen Tanzeinlagen entspannen, und es war nicht verwunderlich, dass sie noch bis spät in die Nacht die Evolution des Unternehmens Harman Kardon feierten. Auf den anschließenden Händlertagen konnte Harman Kardon über 500 Besucher begrüßen.

Sony: Offener Standard für grenzenloses Entertainment

Walkman wieder Referenz

Seit Erscheinen des ersten Walkmans im Sommer 1979 ist er das Sinnbild für mobile Freiheit und individuelle Lebensform vor allem bei den Jugendlichen. Zwischenzeitlich hat Sonys Prestigeobjekt an Glanz verloren. Jetzt kehrt der Walkman in neuer Form mit traditionellen Werten auf den Markt zurück.

Über 30 Jahre begeisterte der Walkman die Menschen und wurde zum Inbegriff mobiler Unterhaltung. Bis 2004 wurden weltweit rund 335 Millionen Stück verkauft. Danach versank das Gerät in der Versenkung und geriet mit Erscheinen des iPod sogar beinahe in Vergessenheit. Erst mit den Walkman-Handys von Sony Ericsson besann sich das Unternehmen auf seine Kernkompetenzen und begann mit der Entwicklung des aktuellen Walkman-Portfolios.

Für Sony hat der Walkman nach wie vor eine besondere Bedeutung. „Walkman ist für uns weiterhin eine entscheidende Kernmarke“, führt Oliver Kaltner, Marketingdirektor bei Sony Deutschland, aus. „Gleichzeitig steht der Name ‚Walkman‘ auch für das Sony-Denken, Produkte im Kleinformat in hoher Qualität für den mobilen Einsatz anzubieten. Heute ist der Walkman die Referenz für viele Produktgruppen aus dem Hause Sony, wenn es darum geht, ein mobiles Sound-Erlebnis zu schaffen.“



Oliver Kaltner: „Mit unserem aktuellen Walkman-Line-Up sind wir wieder ein führender Anbieter im Bereich der digitalen Musik.“

Markttreiber

Walkman ist seit Jahrzehnten sowie über Generationen hinweg eine gelernte Marke mit hohem ideologischem Wert. „Wir haben schwierige Jahre durchschreiten und zahlreiche Hürden überwinden müssen“, resümiert Kaltner. „Walkman ist ein Gattungsbegriff der analogen Zeit, den uns die Wettbewerber in der digitalen Ära abgenommen haben. Mit der Neuausrichtung unserer Strategie stand fest: Walkman soll der Treiber auch des digitalen Marktes werden.“

Heute ist das Unternehmen mit seinem Portfolio gut aufgestellt, welches an den einzelnen Vertriebskanälen ausgerichtet ist. Nach wie vor gibt es eine große Walkman-Fangemeinde sowie Anwender, die eine Alternative im

Markt zu Apple suchen, da man hier vor allem handelsseitig relativ eingeschränkt ist. „In den Sony-Produkten steckt eine attraktiv hohe Marge, mit der das Verkaufen Spaß macht“, ergänzt Oliver Kaltner. „Hinzu kommt, dass eine große Nachfrage nach Walkman-Geräten seitens der Verbraucher besteht. Ein wichtiger Schritt für diese hohe Kundenakzeptanz war die Öffnung des Datenformats und die Unterstützung der Windows-Media-Technologie.“ Unterstützend dazu hat man auch in punkto Design nachgearbeitet und mit der 800er-Serie wieder Geräte geschaffen, die Begehrlichkeit wecken.

„Es gibt aber auch Dinge“, so Kaltner weiter, „die auf den ersten Blick nicht so auffallen, aber wichtig sind. Ein Beispiel sind die Akkulauf- und -ladezeiten. Die aktuellen Walkmans haben in nur 1 1/2 Stunden rund 3/4 ihrer Gesamtkapazität erreicht und sind

bereits nach etwa zwei Stunden voll geladen. Hinzu kommen Akkulaufzeiten von bis zu 33 Stunden bei Musik und im Filmmodus bis zu acht Stunden.“ Obgleich dies viele Verbraucher interessiert, stellen sie es meistens erst fest, wenn ein Produkt gekauft wurde. Dann aber ist es zu spät. Diesen Aspekt will Sony in Zukunft stärker kommunizieren.

Ein bedeutender Aspekt ist der gute Klang. „Es gibt viele gut gemachte Produkte, doch überall ist der Sound ein kritischer Aspekt“, weiß Oliver Kaltner. „Dieses Potential haben wir uns zunutze gemacht. Sound ist eine von Sonys Kernkompetenzen, und was lag da näher, als uns über den Sound zu qualifizieren und hervorzuheben. So haben wir zum Beispiel der gesamten 810er-Serie hochwertige Kopfhörer beigelegt, die einzeln zirka 60,- Euro kosten. Für uns als Sony ist immer rele-



vant, wie der Kunde funktioniert und denkt, wenn er ein Produkt einsetzt. Heute können wir wieder mit Recht sagen, dass Sony ein führender Anbieter im Bereich der digitalen Musik ist.“

Musikdatenbank

Die Rückkehr zu alter Stärke ist umso wichtiger, als dass die Integration digitaler Audiodaten in andere Bereiche immer weiter voranschreitet. Ob im Fahrzeug oder zu Hause an der Stereoanlage; überall lassen sich MP3-Player anschließen. „Der Anwender hat verstanden, dass der Walkman seine Basis-Musikdatenbank ist und er seine Musik überall hören kann“, ist sich Kaltner sicher. „Entsprechend sollte der Walkman auch seitens des Fachhandels nicht alleinstehend gesehen, sondern in das ganzheitliche Sony ‚Release your Music‘-Konzept eingebettet, spricht stets in Verbindung mit Stereoanlagen und Car Sound Systemen gebracht werden.“

Um hier tatsächlich mehr Umsatz zu generieren, müssen die Produkte jedoch zusammenstehen. „Der Kunde will nicht durch den ganzen Laden geführt werden, sondern alles zusammen an einem Ort finden“, so Oliver Kaltner. „Es geht darum, eine neue Musikkultur am Point of Sale darzustellen. Die Kunden müssen Mobilität direkt im Ladenlokal erleben können. Das wiederum ist nicht möglich, wenn sich der Kunde nicht frei mit den Geräten im Laden bewegen kann.“

Im gleichen Maße, wie sich die Produktphilosophien ändern, haben sich auch die Handelsschulungen bei Sony verändert. „Wir

Mit dem Walkman-Meter passt Sony eine aufmerksamkeitsstarke Präsentationsfläche an die jeweils im Ladenlokal vorhandene Einrichtung an. Auf einem Meter kann der Händler die für seine Kundschaft passenden Geräte präsentieren. Gleichzeitig können die Kunden die einzelnen Produkte in Ruhe ausprobieren und sich von den individuellen Qualitäten der Walkmans überzeugen.

gehen bei unseren Schulungen zunehmend weniger auf Produktfeatures, sondern mehr auf die Kundenbedürfnisse, das Vermitteln von Verkaufsargumenten sowie die richtige Kundenbetreuung ein“, unterstreicht Kaltner. „Hier hat sich im Hause Sony viel geändert, und der Handel geht diesen Weg begeistert mit.“ Um die neuen Sichtweisen auch im Laden umzusetzen, ist ein speziel-

Meter, der die vorhandenen Strukturen aufgreift. Auf diesem einen Meter präsentieren wir Walkman, ohne die bestehende Ladeneinrichtung zu verändern. Es entsteht lediglich ein Design-Update, und die Durchverkaufsquoten auf diesen Flächen sind deutlich gestiegen.“

Derzeit besteht das Walkman-Portfolio aus 55 Modellen. „Kein Händler kann das gesamte Port-



Seit über 30 Jahren ist der Walkman unter den Jugendlichen ein wichtiges Statussymbol und Sinnbild für eine individuelle, urbane Lebensform. Im Zuge der Digitalisierung hat Sony auch die Marke Walkman wiederbelebt und mittlerweile ein Portfolio von 55 Modellen am Markt. Die Geräte zeichnen sich vor allem durch ihr Design, eine sehr gute Soundqualität und die Integration in andere Bereiche aus.

les Walkman-Display entstanden. „Das Angebot an MP3-Playern ist nicht mehr überschaubar. Um zu einer guten Walkman-Präsentation zu kommen, haben wir ein Präsentationstool entwickelt, welches sich an den vorhandenen Regalkonzeptionen orientiert“, erläutert Oliver Kaltner. „Auf der verfügbaren Fläche installieren wir einen individuellen Walkman-

folio in seinem Laden präsentieren“, so Kaltner. „Wir kennen die Bedürfnisse der einzelnen Anwendergruppen. Gemeinsam mit den Händlern analysieren wir, welche Kunden in welche Filialen kommen. Dementsprechend finden sich später die passenden Geräte auf den Walkman-Metern wieder.“

www.sony.de

Olympia HomePlug Turbo: Heim-Netzwerke ohne Kabelverlegung



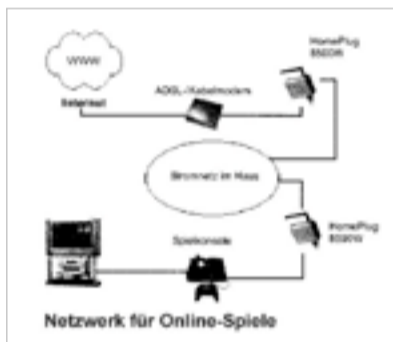
Der Olympia HomePlug Turbo Ethernet Adapter 8500E bis 85 Mbps nach Spezifikation IEEE 802.3 10/100 und IEEE 802.3u (Fast Ethernet) ist kompatibel zu allen HomePlug Geräten und hat eine Reichweite bis 200 Meter Stromkabelänge.

Die Verbindung unterschiedlichster Geräte der Consumer-Electronics mit einem Breitband-Internetzugang und untereinander ist inzwischen eine Voraussetzung für ihre komfortable Nutzung geworden. Umständliche und häufig mit hohem Aufwand verbundene Kabelverlegungen sowie komplizierte Konfigurationsarbeiten sind bei der Errichtung von Heim- und kleinen Firmen-Netzwerken nicht mehr erforderlich. Mit den neuen HomePlug Turbo Ethernet Adaptern von Olympia Business Systems lassen sich Spiele-Konsolen, Internet-TV-Geräte, Computer und Web-Radios schnell und einfach untereinander und mit dem Internet verbinden.

Mit dem HomePlug Turbo Ethernet Adapter 8500E lassen sich Internet und Netzwerk einfach über die Steckdose und das ohnehin vorhandene Stromnetz mit unterschiedlichsten Geräten in beliebigen Räumen einer Wohnung oder eines Einfamilienhauses verbinden. Die dafür bisher erforderliche Kabelverlegung entfällt.

Stromleitung für Datenverkehr

Die Installation erfolgt unkompliziert durch einfaches Einstecken der HomePlug Turbo Ethernet Adapter in die Steckdose mit sofortiger Verbindung. Die vorhandenen Stromleitungen werden auf diesem Weg auch als Computernetzwerk genutzt und ermöglichen die schnelle Übertragung von Daten, Sprache, Audio und Video über das hausinterne Stromnetz. Das Resultat ist eine sichere, interne Kommunikation innerhalb einer Wohnung oder eines Einfamilienhauses. Die Reichweite der Übertragung beträgt bis zu 200 Meter Stromkabelänge. Der HomePlug Turbo Ethernet Adapter 8500E überträgt Daten mit bis zu 85 Mbps und ist kompatibel zur HomePlug 1.0 Spezifikation, IEEE 802.3 10/100 Ethernet (100 Mbps) und IEEE 802.3u Fast Ethernet sowie zu allen HomePlug-konformen Geräten. Zur Netzwerk-Übertragung wird unabhängig vom jeweils eingesetzten PC-Betriebssystem das TCP/IP-Protokoll verwendet. Hohe Datensicherheit garantiert eine 56-Bit DES-Verschlüsselung für passwortgeschützte Netzwerkverwaltung. Zur Modulation werden OFDM 256/64/16/8 QAM,



DQPSK, DBPSK und ROBO eingesetzt. Unterstützt wird die Fehlerkorrektur nach FEC. Für die verlässliche Übertragung der Ethernet Pakete sorgt das Kommunikations-Management mit CSMA/CA und ARQ.

Einfache Inbetriebnahme und Erweiterung

Die kleinste Einheit einer HomePlug Netzwerkverbindung besteht aus zwei HomePlug Turbo Ethernet Adaptern. Deshalb sind die verschiedenen Modelle mit jeweils zwei Stück in einer gemeinsamen Verpackung als „Turbo Duo“ Startpaket zusammen mit der Anwendungssoftware auf einer CD und, bei den Modellen mit RJ45 Ethernet-Buchse, mit jeweils zwei Anschlusskabeln erhältlich. Die Olympia HomePlug Adapter besitzen drei LED Kontroll-Anzeigen für Power, Stromnetzverbindung, Ethernet-Verbindung und Aktivität und sind zu Euro-Steckdosen kompatibel. Jeweils zwei in einer Turbo Duo Verpackungseinheit gemeinsam gelieferte Home-Plug Adapter sind bereits mit einem gemeinsamen Netzwerk-Namen aufeinander abgestimmt und brauchen einfach nur in die Stromnetzdosen eingesteckt

zu werden, um sofort miteinander und zwischen den angeschlossenen Geräten eine Verbindung herzustellen. Dabei wird der Verbindungs-Status durch Kontroll-LEDs angezeigt. Weitere, hinzugekaufte HomePlug Adapter werden durch einen zwei Sekunden anhaltenden Knopfdruck bei einem der bereits vorhandenen HomePlugs und dem „Neuankömmling“ angelernt*. Danach können die HomePlug Adapter bei Bedarf aus der Steckdose gezogen und in einem anderen Raum wieder eingesteckt werden, um dort sofort automatisch Verbindung aufzunehmen.

HomePlug Turbo Adapter Modell 8500W mit WLAN-Erweiterung

Der Olympia HomePlug Turbo Adapter, Modell „8500W“, verfügt über die gleichen Daten und Funktionen wie sein Schwestermodell mit ausschließlich einer RJ45 Ethernet-Buchse, stellt aber die Netzwerk-Verbindung zusätzlich auch über eine mitgelieferte, ausrichtbare Antenne als WLAN-Erweiterung nach Standard IEEE 802.11b/g mit WEP/WPA-Verschlüsselung her. Der HomePlug Turbo 8500W kann drahtlos mit allen WLAN-kompatiblen Geräten im gleichen Netzwerk-Bereich kommunizieren. Die Reichweite für drahtlose Kommunikation be-

Olympia HomePlug Turbo Ethernet Adapter bis 85 Mbps, Typ 8500W mit WLAN-Erweiterung



trägt bis zu 300 Meter (freies Feld). Als Basis-Einheit sind jeweils ein HomePlug Turbo Adapter 8500E mit nur Ethernet-Buchse und ein HomePlug Turbo Ethernet Adapter 8500W mit RJ45 Ethernet-Buchse und WLAN Erweiterung zusammen als 8500W „Turbo Duo“-Paket lieferbar. Praktisch: Wenn

die drahtlose WLAN-Verbindung nur gelegentlich genutzt wird, zum Beispiel zur Daten-Synchronisation eines Notebooks, kann der WLAN HomePlug Turbo 8500W einfach aus der Steckdose gezogen werden, wenn kein WLAN gebraucht oder gewünscht wird.



Die WLAN-Antenne des 8500W ist mittels einer Schraubverbindung mit Überwurfmutter befestigt und lässt sich deshalb auch durch eine externe Richtantenne oder eine an einem günstigeren Standort aufgestellte Antenne ersetzen.

Übertragung mit 200 Mbps: HomePlug Turbo Ethernet Adapter 2000E

Die Übertragung von Fernseh-Programminhalten, Mehrkanal-Soundformaten und Video-Streams in Netzwerken erfordert hohe Bandbreite bei der Übertragung. Aber auch beim Transport großer Datenmengen unterschiedlichster Formate zwischen Rechnern oder zu Massenspeichern im Netzwerk, z. B. bei Sicherungs-Back-ups, ist eine möglichst hohe Übertragungsgeschwindigkeit erforderlich oder erwünscht. Diesen erhöhten Anforderungen wird der neueste Olympia HomePlug 2000E mit

Bravour gerecht: Mit seiner Übertragungs-Bandbreite von bis zu 200 Mbps und der Reichweite von bis zu 200 Metern Stromkabelänge befördert der HomePlug Turbo Ethernet Adapter 2000E große Datenmengen im Rekordtempo von A nach B. Der HomePlug 2000E ist zu allen HomePlug-konformen Geräten kompatibel und zu Netzwerk-Komponenten mit gerin-



Olympia HomePlug Turbo Ethernet Adapter 2000E bis 200 Mbps

geren maximalen Übertragungsgeschwindigkeiten abwärtskompatibel. Der Turbo Ethernet Adapter 2000E mit RJ45 Ethernet-Buchse ist im Zweier-Pack als „Turbo Duo“ Packung lieferbar. Die Olympia Business Systems Vertriebs GmbH in Hattingen ist bereits seit vielen Jahren ein wichtiger Distributionspartner für Olympia Produkte im Bereich der Büromaschinen und Systeme in Deutschland und auf der CeBIT in Halle 7, Stand B 08, vertreten.

www.olympia-business.de

* gilt nur für die 2000E-Serie



Mit Olympia HomePlug Turbo Ethernet Adaptern lassen sich Spielekonsolen, Internet-TVs und PCs in beliebigen Räumen einer Wohnung ohne Kabelverlegung vernetzen.



BenQ P600: Kabellose Notebook- maus mit USB-Receiver

Mit der optischen Maus P600 präsentiert BenQ den kabellosen Nachfolger der legendären M310. Die P600 mit stromlinienförmigem Design ist der ideale Begleiter für unterwegs, da sich der schnurlose USB-Mini-Receiver direkt in der Maus unterbringen lässt. Im Vergleich zum Vorgängermodell bietet die P600 verschiedene Energiesparmöglichkeiten für längere Batterielaufzeit. Dank des eingebauten USB-Ablagefachs ist der USB-Mini-Receiver beim Transport sicher untergebracht. Durch einen Klick auf die elegante Maus schiebt sich der USB-Empfänger automatisch heraus und kann dann einfach in den USB-Eingang des Notebooks oder Desktop-PCs geschoben werden. Die schmalen Abmessungen von nur 86 x 53 x 32 mm sind sehr praktisch für das Handgepäck. Die P600 lässt sich an der Ober- und



Unterseite manuell abstellen und wechselt automatisch in den Ruhezustand, wenn sie nicht genutzt wird. Wenn der USB-Mini-Receiver in der Maus abgelegt wird, schaltet sich die Maus sofort aus. Der optische Sensor unterstützt eine Auflösung von 800 dpi. Damit ist die Maus auf einer Vielzahl von Oberflächen einzusetzen und bei schnellen Anwendungen sehr präzise. Dank 27 MHz Funktechnologie funktioniert die kabellose Notebookmaus bis zur Reichweite von einem Meter. Die BenQ P600 ist in den Farben Schwarz und Silber zum UVP von 36,90 Euro erhältlich.

www.benq.de

Toshiba Panasonic Display verdoppelt Lebensdauer von OLEDs

Toshiba-Panasonic Display Technology hat einen neuartigen OLED-basierten Display-Prototyp entwickelt, bei dem die bisher für OLED Display-Technologie typische Lebensdauer von 20.000 bis 30.000 Stunden auf mehr als 50.000 erhöht werden konnte. Laut einem ausführlichen Bericht in der „Nihon Keizai Shimbun“ setzen die Entwicklungsingenieure des Display Joint-ventures von Toshiba und Panasonic bei dem vorgestellten 20,8-Zoll-Prototyp eine hauchdünne Metall-Membran ein, um die Lichtemission des Polymer-Substrats durch die äußere Glasoberfläche hindurch zu verdoppeln. Als Resultat konnte die von den OLED-Elementen zu erzeugende Basis-Leuchtstärke bei gleichen Helligkeits- und Kontrastwerten der Bildarstellung um 50% reduziert werden. Das führt bei der gleichen brillanten Bildqualität bisheriger OLED-Panels zu einem wesentlich geringeren Energieverbrauch und verdoppelter Lebensdauer.

www.panasonic.de
www.toshiba.de

Allnet HomePlug AV Adapter ALL168205

Mit dem neuen Allnet ALL168205 HomePlug AV Adapter startet Powerline in die nächste Dimension der breitbandigen Netzwerkverbindungen über das Stromnetz: Durch intelligente dynamische Ausnutzung der Sendekanäle für maximalen Datendurchsatz, verbunden mit Kollisionsvermeidung und Performance-optimierung durch prioritätsbasierende



Kanalbelegung wird eine Datenrate bis zu 200 Mbit (Brutto) erreicht. Unterstützt werden 128 Bit AES Verschlüsselung für sichere Datenübertragung, Quality-of-Service (QoS) mit vier Prioritätsstufen und Unterstützung für IGMP Multicast IP-Übertragung. Der UVP für ein ALL168205 Starter-Kit HomePlug AV Bundle, bestehend aus 2 x ALL168205 mit jeweils 1 x 10/100 Mbit Ethernet-Port plus 2 x Patchkabel 1.8 m, liegt bei 99,99 Euro. Einzelne ALL168205 HomePlug AV Adapter können hinzugekauft werden.

www.allnet.de

Media Player Archos 405 mit 30-GB-Festplatte

Mit dem neuen Portable Media Player Archos 405 mit einer Festplattenkapazität von 30 GB präsentiert Archos das neueste Mitglied der „Generation 5“-Serie. Die bei den Abmessungen kleine, vom Volumen her riesige Festplatte bietet Platz für das Speichern von bis zu 40 Spielfilmen. Wahlweise können auf dem Archos 405 30 GB auch 300.000 Fotos oder 15.000 komprimierte Audio-Titel gespeichert werden. Der konsequent für den mobilen Einsatz konzipierte Player kann Filme auch direkt auf seinem 3,5-Zoll-Display in DVD-Qualität wiedergeben. Der Portable Media Player ist mit der ARCLibrary ausgestattet, die gespeicherte Musik-Titel verwaltet und die schnelle Übertragung von Fotos unterstützt. Kein anderer PMP im Hosentaschenformat bietet eine derartig hohe Flexibilität und Möglichkeit zur individuellen Personalisierung durch Installieren von Plug-Ins oder Verwendung von Accessoires.



Mit der optionalen Archos DVR-Station Generation 5 wird der Archos 405 30 GB zum mobilen Digitalen Video Recorder (DVR) mit integriertem elektronischem Programm Guide. TV-Aufzeichnungen werden

mit wenigen Klicks programmiert, Sprachaufzeichnungen sind über das eingebaute Mikrofon möglich. Für die klangvolle Wiedergabe von Musik sorgt der integrierte Lautsprecher. Der Archos 405 30 GB ist seit Ende Februar 2008 zum UVP von 199,99 Euro verfügbar.

www.archos.com

Display-Standard für Gamer: BenQ Perfect- Motion-Technologie

Mit dem 22 Zoll großen Widescreen-Display X2200W und PerfectMotion-Technologie setzt BenQ einen neuen Standard für vorwiegend von Gamern eingesetzte TFT-Monitore. Der X2200W verfügt über die ultrakurze Reaktionszeit von 2 ms. Durch die Verwendung einer neuen Lampengeneration wird der darstellbare Farbraum auf 92 Prozent erweitert. Außerdem überzeugt das Modell durch sein Kontrastverhältnis von 1.000:1 und einen Helligkeitswert von 300 cd/m². Die native Auflösung beträgt 1.680 x 1.050 Bildpunkte (WSXGA+). Die Technologie „PerfectMotion“ wurde von BenQ zur Optimierung von schnellen Spiel- und Filmanwendungen entwickelt und ist eine Kombination aus zwei Technologien. Durch die ultrakurze Reaktionszeit von nur 2 ms und Simulated Pulsed Driving werden auch bei extrem schnell bewegten Bildmotiven kristallklar bewegte Bilder dargestellt. Beim Bildwechsel fügt Simulated Pulsed Driving jeweils ein Schwarzbild ein und reduziert damit evtl. wahrnehmbare Bewegungsunschärfen erheblich. Das Ergebnis ist ein schlierenfreies Bild in bisher erreich-



barer Schärfe. Die HDMI-Schnittstelle ermöglicht den Anschluss von hochauflösenden Spielekonsolen oder Blu-ray- und HD-DVD-Abspielgeräten. Für uneingeschränkte digitale und analoge Kompatibilität des Videoeingangs sorgen die HDMI-Schnittstelle und ein DVI-D und Sub-D Signaleingang. Der UVP des BenQ X2200W beträgt 399,- Euro.

www.benq.de

Neue devolo dLAN- Business-Produkte auf der CeBIT

Auf der diesjährigen CeBIT zeigt die devolo AG neben den bekannten dLAN-Adaptoren für Privatanwender auch eine Reihe innovativer dLAN-Lösungen für den Business-Bereich. Auf dem devolo-Messestand in Halle 13, Stand C30 präsentiert der Aachener Inhouse-Powerline Spezialist eine

neue Leistungsklasse professioneller, auf die Bedürfnisse von Business-Anwendern ausgelegte dLAN-Produkte für zwei Bereiche: die einfache Vernetzung größerer Gebäude per dLAN sowie die Integration der dLAN-Technik in unterschiedliche netzwerkfähige Geräte.

Basis für die Vernetzung großer Gebäude bildet das neue Produktportfolio, bestehend aus dLAN 200 AVpro basic, dLAN 200 AVpro2 sowie dLAN 200 AVpro host und dLAN 200 AVpro WP. Alle Produktneheiten nutzen die bestehenden Kabelnetze wie Antennen-, Strom- oder Telefonleitungen in Mehrfamilienhäusern oder Hotels, um ein breitbandiges Hausnetzwerk aufzubauen.

Für den Integrationsmarkt zeigt devolo mit dLAN Power supply 200-18, dLAN 200 AVminiPCI und dLAN 200 AVmodule verschiedene modulare Integrationsmöglichkeiten, mit denen existierende Netzwerkprodukte auf einfache Art und Weise HomePlug-fähig gemacht werden können.

http://www.devolo.de/de_DE

Neue TerraTec Aureon Dual USB

Für alle, die ihren Rechner kostengünstig mit aktueller Sound-Technologie ausstatten möchten, bietet TerraTec Electronic mit „Aureon Dual USB“ jetzt eine sehr günstige, externe Soundlösung mit optischem Digital-

ausgang an: Der TerraTec Aureon-Stick erweitert den Rechner schnell und unkompliziert zu einem umfang-



reichen Multimedia-Center. Wer einen digitalen Ausgang bisher an seinem Rechner vermisst hat, wird den Aureon Dual USB besonders schätzen, denn er bringt einen digitalen Audio-Ausgang gleich mit. Die Installation ist ein Kinderspiel. Ganz ohne Treiber oder gar umständliches Schrauben wird Aureon Dual USB einfach in eine freie USB-Schnittstelle des Computers gesteckt.

Der Anwender erhält gleich mehrere Anschlussmöglichkeiten: einen Stereo-Ausgang für den Anschluss eines aktiven Lautsprechersystems bzw. Headsets oder des optischen Adapters, der das Signal digital an die Hifi-Anlage schleift. Auch ein Mikrofon-Eingang steht zur Verfügung. Musik, Filme und Videospiele lassen sich in digitaler Klangqualität verlustfrei über die Audio-/Video-Anlage im Wohnzimmer wiedergeben. Neben aktuellen Microsoft Windows Versionen werden MAC OS 9, OS X und Linux (soweit USB-kompatibel) als Betriebssystem unterstützt. Der TerraTec USB-Stick „Aureon Dual USB“ ist zum UVP von 19,99 Euro verfügbar.

www.terratec.de

POsAktuell

BITKOM: Zwei Drittel arbeiten mit Computern

Immer mehr Menschen arbeiten am Computer. In Deutschland hat der Anteil der Beschäftigten, die bei der beruflichen Tätigkeit einen PC benutzen, erstmals die Marke von 60 Prozent überschritten: 61 Prozent der deutschen Beschäftigten nutzen inzwischen einen PC. Das gab der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) in Berlin bekannt. Damit liegt die Bundesrepublik im EU-Vergleich auf dem 3. Platz. Im Jahr 2003 waren es nur 44 Prozent, die einen PC nutzten, 2006 schon 56 Prozent. „Die jüngsten Zahlen sind ein gutes Signal für Deutschland. Der Einsatz von Computern steigert Produktivität und Effizienz. Das fördert das Wachstum der gesamten Wirtschaft“, sagte Prof. August-Wilhelm Scheer, Präsident des BITKOM. „Auch deshalb sollte sich die Ausstattung der Schulen mit Computern deutlich verbessern. Nur so werden Jungen und Mädchen optimal auf den Umgang mit PCs im Job vorbereitet.“ In der Europäischen Union liegt der Anteil der beruflichen Computernutzung bei durchschnittlich 50 Prozent. Auf Platz 1 steht Finnland mit 70 Prozent, auf Platz 2 Schweden mit 64 Prozent. Nachholbedarf gibt es vor allem in den südöstlichen Mitgliedsstaaten der EU. In 2007 benutzte in Bulgarien nur jeder fünfte Beschäftigte (20 Prozent) einen Computer, in Ungarn nur jeder Dritte (35 Prozent). Mit der zunehmenden Computernutzung steigt auch die Bedeutung der elektronischen Post. In Deutschland besitzt inzwischen jeder zweite Erwerbstätige (48 Prozent) eine berufliche E-Mail-Adresse. Das zeigt eine repräsentative Forsa-Umfrage unter 1.000 Deutschen ab 14 Jahren im Auftrag von BITKOM. Die Berechnungen zur beruflichen Computernutzung in den einzelnen EU-Staaten (Ranking) basieren auf Daten der europäischen Statistikbehörde Eurostat. Berücksichtigt werden Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten. Ausgenommen ist der Bankensektor.



www.bitkom.org

Microsoft: Internationales Design-Center in Redmond

Ideenschmiede für Produkt-Erlebnisse

Der Computer ist aus dem Büro herausgekommen und zum Gegenstand des täglichen Lebens geworden. Entsprechend fordert der Verbraucher heute nicht nur funktionelle, sondern auch ansprechende Geräte, vor allem, wenn es um Zubehörprodukte geht. Das Microsoft-Design-Center in Redmond ist verantwortlich für die weltweite Produktentwicklung.

Das Industriedesign-Team ist in ein größeres Team eingebunden. Es gibt insgesamt vier Teams bei Microsoft, die aus jeweils unterschiedlichen Bereichen kommen. Hier werden Grundlagenforschungen im Praxisbetrieb vorgenommen. Testkunden arbeiten dann unter Beobachtung mit den einzelnen Produkten, und die Designer können schnell erkennen, wie der Anwender mit den Geräten umgeht und auf welche Feinheiten es ankommt.

Ralf Gröne ist seit neunzehn Monaten Leiter des Designteam und Kopf der Ideenschmiede in Redmond, Kalifornien. „Wir bauen hier derzeit ein gutes Designteam mit Leuten auf, die schon seit längerer Zeit bei Microsoft beschäftigt sind, sowie mit jungen Designern, die viel Erfahrung mitbringen“, erklärt Ralf Gröne, Leiter des Microsoft-Design-Centers.

„Wir wollen ein Team haben, das Produkte für den internationalen Markt entwickeln kann. Da muss man sich mit den verschiedenen Designsprachen auskennen und für die jeweiligen Benutzeranforderungen sensibel sein“, ergänzt Gröne. „So wissen wir, dass Kunden in Japan unsere Produkte ganz anders als die in Deutschland oder den USA benutzen.“ Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Art und Weise der Handhabung. „Hier geht es darum zu erkennen, wie sich ein Gerät in der Praxis verhält, wie leicht es sich zum Beispiel anschließen lässt und wie lange es dauert, bis es einsatzbereit ist“, kommentiert Ralf Gröne. „Hieran



Ralf Gröne: „Man weiß nicht, woher die Qualität kommt, aber man spürt es. Dann ist ein Produkt gelungen und reif für den Markt.“

wird deutlich, dass an dem Entstehungsprozess zum Beispiel einer Maus viele Personen beteiligt sind.“

Ebenso wichtig ist es jedoch, eng mit den Ingenieuren und Marketingspezialisten zusammenzuarbeiten. Den Anfang eines jeden neuen Microsoft-Produktes bildet ein Rückblick auf das bereits vorhandene Portfolio sowie ein Ausblick auf das spätere Einsatzgebiet des zu entwickelnden Gerätes. So kristallisiert sich schnell ein konkretes Bild dessen heraus, was später entstehen soll.

„Die Entwicklung der Mobile Memory Maus war für uns eine große Herausforderung“, erinnert sich Gröne. „Hier sollten für den Einsatz unterwegs relevante Funktionen umgesetzt werden und gleichzeitig ein neues Produkt-Erlebnis entstehen.“

Schnell kristallisierten sich wichtige Designattribute wie klein und kompakt, komfortabel und ergonomisch heraus. „Wir wollten ein Produkt entwickeln, das eine hohe Designqualität bietet und Wertigkeit vermittelt“, so Ralf Gröne. „Um den bestmöglichen Komfort zu erreichen, haben wir untersucht, wie die Leute eine Maus halten. So hat

unsere Mobile Memory Maus auf der rechten Seite einen kleinen Kotflügel für den Ringfinger erhalten und auf der linken Seite eine Aussparung für den Daumen.“ Der Design-Prozess von der Idee bis zum fertigen Produkt unterteilt sich in fünf Phasen. Nach dem ersten Briefing wird ein Vormodell gebaut, wonach in Handarbeit

An der fertigen Mobile Memory Maus ist auf den ersten Blick der hinter der Entwicklung stehende Aufwand nicht zu erkennen. So wird der kleine Kotflügel für den Ringfinger auf der rechten Seite der Maus dem Anwender ebenso wenig bewusst auffallen wie die Aussparung für den Daumen auf der linken Seite. Dennoch sind diese Details für ein ergonomisches Arbeiten und damit die Akzeptanz durch den Anwender entscheidend.

mit Feile und Säge ein grobes Volumenmodell aus PU-Schaum (Kunststoffschaum) entsteht. Hierbei geht es nur darum zu ermitteln, wie sich der Körper anfühlt.

Millimeter sind entscheidend

„Design erfährt man als Anwender über das Auge sowie das haptische Erlebnis“, erläutert Gröne. „Dabei spielt die Anfassqualität eine ebenso große Rolle wie der optische Eindruck. Ein Millimeter mehr oder weniger entscheidet häufig darüber, ob ein Produkt ankommt oder nicht. Hier tasten wir uns häufig halbmillimeterweise an die fertige Form heran“, so Ralf Gröne weiter. „Das Erstaunliche: Jeden Millimeter mehr oder weniger kann man mit der Hand ertasten.“

Im Falle der Mobile Memory Maus entstanden 50 bis 60 Vormodelle, die durch das Designteam, die Mitarbeiter aus der Research-Abteilung sowie einem Ergonomie-Experten begutachtet wurden. „Am Ende bleiben dann zehn der Vormodelle über“, stellt Gröne fest, „die wir Testpersonen in die Hand geben. Diese legen dann ihre Favoriten fest.“

Im nächsten Schritt werden die ersten fünf bis sechs Modelle verfeinert und auf einem 3D-Scanner eingescannt. Von diesem Augenblick an existiert dann ein digitales Abbild des physikalischen Modells. Jetzt machen sich digitale Modellbauer ans Werk, Spezialisten, die sich mit der Oberflächenbeschaffenheit von Körpern befassen.

In der gleichen Phase werden auch die Materialien entwickelt,

aus denen sich das spätere Produkt zusammensetzt. „Auch hier haben wir eine Designerin im Team, die sich hauptsächlich mit aktuellen Materialtrends auseinandersetzt“, führt Gröne aus. „Da Computer aus dem Büro in das tägliche Leben gerückt sind, akzeptiert der Kunde keine graue Maus mehr. Die Mobile Memory Maus ist das erste Gerät, bei dem wir uns verstärkt mit diesem Thema beschäftigt haben. Der PC wird weiterhin in das normale Leben integriert. Daher müssen wir uns mit dem Lifestyle der Menschen weltweit auseinander-

Begehrlichkeit erzeugen“, unterstreicht Ralf Gröne. „Häufig sieht man viel Chrom und Glitzer, doch die Mäuse funktionieren dann trotzdem nicht so, wie es der Käufer erwartet. Wir wollen ein nachhaltiges Produkterlebnis auch in der Anwendung schaffen.“

Produkt-Paten

Mittlerweile sind im Microsoft-Design-Center acht Designer beschäftigt. Jeder Gestaltungsprozess findet immer zwischen diesen acht Personen statt. Die letzte Arbeitsstufe nach der mechanischen Entwicklung ist die



Bevor die fertige Maus in den Händen der Konsumenten landet, durchläuft sie einen langen Entwicklungsprozess. Von einer ersten Rohform aus Hartschaum (im Falle der Mobile Memory Maus waren es rund 60) entsteht in mehreren Testphasen eine kleine Auswahl an Rohlingen, aus denen die Designer anschließend mit Hilfe eines 3D-Scanners ein digitales Abbild anfertigen.

setzen und diese Trends für unsere Marke umsetzen.“ Um hier stets aktuell zu sein, helfen europäische Agenturen dem Redmonder Designcenter, die Trends schneller zu erkennen. „Wir wollen über das Normale hinaus Mehrwert schaffen und

Herstellung. Dabei hat jedes Produkt einen „Patent“, der es von Anfang bis Ende betreut. Er ist für die Umsetzung des Konzeptes sowie die Qualität verantwortlich und ist auch dabei, wenn das Produkt in die Fertigung geht.

www.microsoft.com

Spielekonsolen • Software • Games

GC: Europas Leitmesse 2008 auf Rekordkurs

GC weiter erfolgreich

Unbeschadet der Diskussionen um einen möglichen Standortwechsel laufen die Vorbereitungen zur Games Convention 2008 auf Hochtouren. Bereits im Vorfeld haben sich viele marktführende Unternehmen angemeldet.

Bereits zum sechsten Mal wird Leipzig in diesem Jahr zum Nabel der Spielewelt für interaktive Unterhaltung, Infotainment, Edutainment und Hardware. Seit der ersten Veranstaltung ist die vom 21. bis 24.8.2008 stattfindende Games Convention kontinuierlich gewachsen und hat sich mittlerweile zur Leitmesse der Videospielebranche in Europa entwickelt. Bereits jetzt haben sich Branchenriesen wie Electronic Arts, Konami,

Ubisoft, Disney und Take 2 angemeldet. Projektdirektorin Peggy Schönbeck verweist auf die außergewöhnlich gute Nutzung des Frühbucherrabattes, der am 15. Februar auslaufen ist. Im Vergleich zum Vorjahr haben sich deutlich mehr Firmen zu diesem frühen Zeitpunkt angemeldet.

„Auch die internationale Nachfrage ist weiter gestiegen“, so Schönbeck. Die Buchungen laufen aus aller Welt ein, darunter aus Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Italien, Polen, Schweden, der Schweiz, Tschechien und den USA. Eine sehr hohe Nachfrage besteht außerdem nach Ausstellungsflächen im GC Business



Peggy Schönbeck: „Die Nachfrage ist weiter gestiegen und wir erhalten Buchungen aus der ganzen Welt.“

Center, das sich erstmals über das gesamte Congress Center Leipzig (CCL), die Messehalle 1 und einen Teil der Messehalle 2 erstreckt. Das Business Center umfasst diesmal 35.000 Quadratmeter.

Auch den Kritiken bezüglich mangelnder Hotelplätze und geringen Flugkapazitäten hat sich die Messestadt Leipzig gestellt. Mit den Leipziger Hotels wurden schon weit im Vorfeld der GC Kooperationsvereinbarungen getroffen, um ausreichend Kapazitäten für die Kunden und Gäste der Messe bereitzuhalten. Besonders wichtig ist auch die Anbindung der Messestadt Leipzig zur Games Convention 2008



Die Games Convention ist zur Leitmesse der Videospielebranche in Europa geworden. Aussteller, Besucherzahlen und Ausstellungsfläche sind von Jahr zu Jahr gewachsen. 2007 zeigten 503 Aussteller aus 31 Ländern, wohin sich die Videospieleindustrie bewegt und worauf sich der Handel einstellen

über zahlreiche Charterflüge an das internationale Flugnetz. Zusätzlich zum Linienflugplan der Airlines peilen diese Maschinen die europäischen Drehkreuze in London, Amsterdam, Wien, Helsinki und München an. Dennoch ist der Standort für die kommenden Jahre gefährdet, da der Vertrag mit dem Branchenverband BIU, der die Leipziger Spielemesse als ideeller Träger unter-

stützt, Ende 2008 turnusgemäß ausläuft und andere Messestandorte sich bereits um die Veranstaltung beworben haben. „Die Games Convention wird ihre erfolgreiche Entwicklung fortsetzen“, sagt Messechef Wolfgang Marzin. Auch in den nächsten Jahren will die Leipziger Messe die GC zusammen mit der Branche ausrichten.

www.gc-germany.com

Spielekonsole wird zum Personal Trainer

Wii Fit soll künftig auch in Europa in Verbindung mit Nintendos Spielekonsole Wii vor dem TV-Display die pure Lust an der Bewegung wecken. Wie alle Wii-Spiele lässt sich auch Wii Fit durch natürliche Bewegungen steuern. Statt der Fernbedienung Wii Remote kommt bei diesem Titel das neue Wii Balance Board zum Einsatz. Das innovative Steuerungselement ähnelt einer Personenwaage, deren integrierte Drucksensoren Gewichtsverlagerungen, Körperhaltung und Bewegungen des Spielers registrieren. Die so gewonnenen Daten werden drahtlos zur Wii übertragen, die daraus die genauen Bewegungen des Nutzers errechnet.

Diese Bewegungen werden dann auf dem TV-Bildschirm dargestellt:

bei den Balancespielen etwa in Form eines virtuellen Ichs. Der Spieler bestimmt also durch bloße Körperbewegung, was geschieht und kann mittels der Feedbackfunktion seine Haltung korrigieren. Wii Fit ermöglicht Übungen in vier verschiedenen Kategorien: Yoga, Muskelübungen, Aerobic und Balancespiele. Sie helfen allen Familienmitgliedern dabei – je nach ihren individuellen Fitness-Zielen – den Gleichgewichtssinn zu trainieren, Fett zu verbrennen, Muskeln anzuspannen oder zu entspannen und ihre Ausdauer in Sachen Aerobic zu steigern.

Zu den 40 verschiedenen Übungen gehören unter anderem Hula-Hoop, Skispringen, Liegestütz, Rhythmus-Boxen, Rudern und Taildreher sowie klassische Yoga-Stellungen wie „Halbmond“, „Baum“ oder „Krokodil-Drehung“. Ein virtueller Fitness-Trainer gibt dazu Anleitungen und Ermutigungen, die sich ganz nach den Leistungen des jeweiligen Nutzers richten.

„Wir sprechen mit der neuen Software-Generation bewusst auch Erwachsene an, die über reine Unterhaltung hinaus einen Nutzen von einem Spiel erwarten“, sagt Dr. Bernd Fakesch, General Manager Nintendo Deutschland. „Hierfür ist Wii Fit prädestiniert, da es so etwas wie ein Personal Trainer für zu Hause ist.“ www.nintendo.de



Neue PS 3-Starterpakete

Ab sofort sind zwei hochwertige Starterpakete für Playstation 3 verfügbar, die jeweils aus einer PS 3, zwei attraktiven Spielen und zwei SIXAXIS-Wireless-Controllern bestehen.

Ausgehend von den Bestsellern des vergangenen Jahres, wurde auch die jeweilige Auswahl zusammengestellt. In beiden Paketen ist das Action-Spiel „Uncharted: Drakes Schicksal“ enthalten. Zusätzlich können die PS3-Fans zwischen dem Rennspektakel „MotorStorm“ oder „Need for Speed: Pro Street“ wählen. Mit einem zusätzlichen bewegungssensiblen SIXAXIS-Wireless-Controller für Mann-gegen-Mann- und Multiplayer-Spiele werden die Starter-Pakete abgerundet.



www.playstation.de

Alarmstufe Rot 3

Nach siebenjähriger Abstinenz kehrt mit „Command & Conquer: Alarmstufe Rot 3“ eine der beliebtesten Echtzeitstrategiereihen zurück. Ein misslungenes Zeitreiseexperiment verfrachtet den Spieler in eine alternative Zukunft. Alarmstufe Rot 3 beschreitet mit einer kompletten Kooperations-Kampagne neue Wege im Echtzeitstrategie-Genre und bringt das actionreiche Gameplay auf PC,



Xbox 360 und Playstation 3. Eine Einladung zum Beta-Test der PC-Version von Alarmstufe Rot 3 wird im Command & Conquer 3 Erweiterungspack Kanes Rache enthalten sein. www.electronicarts.de

Ubisoft eröffnet neues Trade-Portal

Ubisoft hat seinen Internet-Auftritt überarbeitet. Die neue Oberfläche zeigt sich nicht nur optisch gereift, sondern beinhaltet auch zahlreiche neue Funktionen, die das Tagesgeschäft für Händler erleichtern sollen. Das neue Trade-Portal wurde an die vielfältigen Bedürfnisse der Handelspartner angepasst. Ob Sales-Flyer, Packshot oder Screenshots –



alle Informationen gibt es auf einen Klick. Für weitere Fragen und näheren Kontakt sind außerdem alle Mitarbeiter aus den Bereichen Vertrieb, Außendienst und Trade Marketing aufgelistet. Eine schnelle Kontaktaufnahme ermöglichen die kompletten Kontaktdaten jedes Mitarbeiters. www.ubi.com

Nintendo DS wird zum Flipper

Oxygen Games bringt mit „Powershot Pinball Constructor“ einen kurzweiligen digitalen Ableger der analogen Flipperautomaten. Der mobile Spieler kann immer und überall dem höchsten Highscore hinterherjagen und sich im Mehrspielermodus mit sei-



nen Freunden messen. Bisher einmalig ist die Möglichkeit, sich auf dem Nintendo DS seine eigenen virtuellen Flipperautomaten bauen zu können. Mit dem sogenannten Table Builder lässt der Spieler seiner Kreativität freien Lauf und entwirft die spektakulärsten Pinball-Herausforderungen. Schließlich gilt es, auf den virtuellen Flipperautomaten zahlreiche Power-Ups einzusammeln, die den Spieler dem Ziel des höchsten Highscores näher bringen. www.oxygengames.net

Sunrise – The Game im Handel

Ein aufregendes Setting, eine tolle Atmosphäre und eine Geschichte im Hollywood-Stil bietet Sunrise – The Game, das neue Spiel von Aerosoft für den PC. Der Spieler findet sich im Herzen von New York wieder. Drei



junge Männer bereiten ein Experiment vor: Ein Gegenstand soll „gebeamt“ werden. Die über 150 zu erkundenden Spielorte stellen Manhattan auf Basis von über 12.000 Fotos detailgetreu nach – ein gewaltfreier Spielspaß. www.aerosoft.de



„Second Life im Bilderrahmen?“

Wie man hört, ist es im Second Life inzwischen noch langweiliger geworden, als es schon beim Start war. Dagegen geht es immer öfter im Bilderrahmen hoch her. Dort ist zwar nicht der Bär los, aber es ticken heftig die Würmer. Dabei handelt es sich nicht um die echten Tierchen. Denen ist das Holzraspeln vergangen, seit gefällte Bäume nicht mehr zu Brettern geschnitten werden, sondern zu Spänen geschreddert mit Phenolharz verpresst das Material für neue Möbel liefern. Die Digitalisierung hat auch vor dem Bilderrahmen nicht haltgemacht. Der ist inzwischen digital und liefert mit Speicher- und Controller-Chips das ideale Ambiente für „Worm“ oder altdeutsch „Wurm“ genannte Schadprogramme mit Trojaner-Funktion, die sich dort zum virtuellen Dschungel-Camp zusammenfinden. Im digitalen Bilderrahmen verborgen, warten die Trojaner auf den Universal Serial Bus, mit dem die neuen Bilder ankommen, um selbst auf der Rückfahrt mit nach Windows zu fahren, wo dann die nächste Party gestartet wird. Von dort kommt man auch weiter zu anderen Bilderrahmen. So hat das schon vor 3.200 Jahren mit Odysseus und seinen Kriegerern funktioniert. Das trojanische Pferd soll aber noch aus echtem Holz gewesen sein. Zuerst vermutete man, die Worms wären vor der Langeweile im Second Life abgehauen: „Die Würmer verlassen das Sinkend Life.“ Doch die Virexperten von Computer Associates haben herausgefunden: Auf digitale Bilderrahmen spezialisierte Moxmex-Würmer sind zuerst in Russland und Singapur aufgetaucht und wurden in den USA erst später gesichtet. Jetzt warten die Moxmex-Würmer auf die neuen Bilderrahmen mit WLAN-Schnittstelle. Mit WLAN reist man nämlich schneller, und mit geringerem CO₂ Output. evo

Sie suchen professionelle Unterstützung im Bereich Presse, Marketing, Media?

Dann lesen Sie weiter ...

Erfahrene Management-Assistentin sucht neue Herausforderung

Sie können von diesen Skills profitieren:

- perfektes Office-Management,
- langjährige PR- und Marketing-Erfahrung inklusive Event- und Incentive-Planung
- sehr gute Englisch- und PC-Kenntnisse,
- hohes Engagement, gutes Zeit- und Prioritätenmanagement
- gleichermaßen kooperativ und durchsetzungsstark.

Ihre Angebote – im besten Fall aus dem Raum Köln/Düsseldorf – senden Sie bitte an

Chiffre Nr. 4281573

Bedeutender internationaler Elektronik-Konzern mit Sitz im Großraum Düsseldorf sucht zur Verstärkung der IT-Abteilung den

Systemanalytiker (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Europaweite Betreuung und Unterstützung des DV-Systems inkl. Anwendungen
- Gestaltung optimaler Betriebs- und Anwendungsabläufe in den Bereichen Vertrieb und Produktion

Ihr Profil:

- Möglichst abgeschlossenes Studium der Informatik/Wirtschaftsinformatik
- Mind. 2 Jahre Berufserfahrung in DV-Systemumgebung
- Sehr gute Anwenderkenntnisse in ERP, ggf. MAPICS und JDE
- Programmierkenntnisse in SQL und ggf. RPG
- Sehr gutes Englisch
- Reisebereitschaft

Kennziffer 278

Weltweit bedeutendes Unternehmen mit Sitz im Raum München, spezialisiert auf dem Gebiet der Systemintegration kundenspezifischer maritimer Kommunikationsanlagen, sucht für den Bereich Systems Engineering zum nächstmöglichen Termin eine (n)

Senior Systems Engineer (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Entwicklung von Systemkonzepten (System-Architektur, funktionale und technische Spezifikationen) für komplexe Kommunikations-Systeme
- Führung des Systementwicklungs-Prozesses unter Nutzung moderner Vorgehensmodelle des System-Engineering
- Erstellung von Feinspezifikationen für hard- und softwarelastige Subsysteme als Vorgabe für interne und externe Entwicklungsaufträge
- Planung und Begleitung der Systemintegration
- Mitwirkung bei der Akquisition von Neuaufträgen (Auswertung der Spezifikationen; vorläufiger Systementwurf, Aufwandsschätzungen etc.)

Ihr Profil:

- Ingenieurstudium der Elektrotechnik (Fachrichtung Nachrichtentechnik oder HF Technik), Informatik oder vergleichbare technische Ausbildung
- Umfangreiche Erfahrungen in modernen Methoden und Prozessen des Engineerings (Vorgehensmodelle wie z. B. V-Modell XT, Anforderungsmanagement, modellbasierte Entwicklung)
- Fähigkeit, auf kreative Weise innovative und zukunftsfähige Kommunikations- und IT-Architekturen zu definieren
- Kenntnisse aktueller Kommunikations- und Netzwerk-Technologien, idealerweise im Umfeld von C2, C3, C4ISR Systemen sowie Kenntnisse moderner Software-Architek-

turen (z. B. SOA) und Middleware-Komponenten (DDS, CORBA,...)

- Erfahrung in der Steuerung von Systems-Engineering Prozessen
- Eigeninitiative und analytisches Denkvermögen
- Kommunikationsstärke und Teamfähigkeit
- Sehr gute Englisch-Kenntnisse, zusätzliche Sprachkenntnisse in Französisch oder Spanisch sind von Vorteil

Kennziffer 286

Internationaler Logistik-Konzern mit Deutschlandsitz im Rhein-Ruhr-Gebiet sucht den

Controller Logistik m/w

Ihre Ziele/Aufgaben

- Übernahme und Weiterentwicklung der Kosten- und Leistungsrechnung unter Einbeziehung personalwirtschaftlicher und operativer Kennzahlen
- Koordination und Steuerung der Budgetierung und Erstellung von Rolling Forecasts
- Weiterentwicklung des Accounting Manuals zur Sicherstellung eines internen Kontrollsystems nach SOX
- Erstellen von Entscheidungsvorlagen und Präsentationen für die Geschäftsleitung

Ihr Profil:

- abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium mit Schwerpunkt im Controlling
- mind. 5 Jahre Berufserfahrung im Bereich Controlling, vorzugsweise bei einem Logistikdienstleister
- fundierte Kenntnisse im Bereich Kosten- und Leistungsrechnung sowie der gängigen, modernen Controllinginstrumente
- Erfahrungen mit Jahresabschlüssen nach HGB und IFRS
- sichere Beherrschung von MS-Office Anwendungen; Erfahrungen im Umgang mit Navision wären von Vorteil
- verbindliches Auftreten sowie ein hohes Maß an Durchsetzungsfähigkeit
- Unternehmerisches Denken sowie starke Team- und Kommunikationsfähigkeit
- In Ihrer Position berichten Sie direkt an die Geschäftsleitung.
- sehr gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift

Kennziffer: 288

Sind Sie an einer dieser Positionen interessiert? Dann senden Sie uns bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe der Kennziffer oder rufen Sie uns an. Ihre Bewerbung wird vertraulich behandelt, Sperrvermerke werden streng beachtet. Weitere interessante Angebote und Tipps finden Sie auf unserer Website.

Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH



Florastraße 29 • 40217 Düsseldorf
 Tel: 0211 – 370601 • Fax: 0211 - 379468
 E-Mail: info@bestjob.de • www.bestjob.de

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
 Postfach 12 29, 40832 Ratingen
 Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
 Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
 Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
 Online: <http://www.pos-mail.de>
 Bankverbindung: Postbank Essen,
 Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43

Herausgeber:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
 Thomas Blömer, Geschäftsführer

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich);
 Franz Wagner; Dr. Herbert Päge; Bernhard Reimann; Dipl. rer. pol. Karla Schulze.

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen: Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 9 v. 1. Januar 2008

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
 Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
 des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der

Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen.

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,- € jährlich (Ausland: 80,- €). Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635

Wenn Mutter Natur schon Modell steht,
sollten Sie entsprechend vorbereitet sein.

α700
Cashback
Bis zu 200€
Gutschrift*



α700

Die neue α700 von Sony mit neuem 12.24 CMOS „Exmor“ Sensor, 3" LCD mit 921k Bildpunkten und superschnellem 11-Punkt-Autofokus mit zentralem Doppelkreuz und F2.8 Sensor. Das alles geschützt von einem robusten Metallgehäuse. www.sony.de/dslr

*Kunden, die im Zeitraum vom 01.02.2008 bis zum 31.05.2008 eines der Cashback-Aktions-Produkte von Sony bei einem Händler kaufen, der an dieser Aktion teilnimmt und bei dem Teilnahmeunterlagen ausliegen, können an der Cashback-Aktion teilnehmen. Mehr Infos sowie das Teilnahmeformular erhalten Sie von Ihrem Händler oder unter www.sony.de.

SONY

α

detail like.no.other™